방통융합정책연구 KCC-2024-35

미디어 융복합 시대의 편성 규제 정책의 지향점 연구

A Study of the Direction of Programming Regulation Policy in the Era of Media Convergence

2024. 12

연구기관 : 정보통신정책연구원

방송통신위원회
Korea Communications Commission

방통융합정책연구 KCC-2024-35

미디어 융복합 시대의 편성 규제 정책의 지향점 연구

A Study of the Direction of Programming Regulation Policy in the Era of Media Convergence

황현정/노은정/김호정

2024. 12

연구기관 : **정보통신정책연구원**

방송통신위원회
Korea Communications Commission

이 보고서는 2024년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신 융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 **『미디어 융복합 시대의 편성 규제 정책의 지향점 연구』**의 연구결과보고서로 제출합니다.

2024년 12월

연 구 기 관 : 정보통신정책연구원
총괄책임자 : 황현정 부연구위원
참여연구원 : 노은정 부연구위원
김호정 부연구위원

목 차

요약문 ····· xv

제1장 서 론 ····· **1**

제1절 연구의 배경 및 필요성 ····· 1

1. 연구의 배경 ····· 1

2. 연구의 필요성 ····· 6

제2절 연구의 목적 및 내용 ····· 7

제3절 보고서의 구성 ····· 8

제2장 편성현황 조사(2023년 방송사업자 편성현황) ····· **9**

제1절 종합편성 방송사업자의 분야별 프로그램 편성 현황 ····· 9

1. 규제 개요 ····· 9

2. 지상파 종합편성 방송의 분야별 프로그램 편성 현황 ····· 9

3. 지역민방 방송의 분야별 프로그램 편성 현황 ····· 33

4. 지상파 DMB 종합편성 채널의 분야별 프로그램 편성 현황 ····· 37

5. 개별 라디오 방송사업자의 종합편성 채널 편성 현황 ····· 40

6. 종합편성 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 프로그램 편성 현황 ····· 41

제2절 전문편성 방송사업자의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황 ····· 43

1. 규제 개요 ····· 43

2. 지상파 전문편성 TV 방송의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황 ····· 44

3. 지상파 전문편성 라디오 방송의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황 ····· 44

4. 지상파 DMB 전문편성 채널의 주된 방송분야 프로그램 편성 현황 ····· 53

5. 전문편성 방송채널사용사업자(PP)의 주된 방송 분야 프로그램 편성 현황 ····· 54

제3절 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성 현황 ····· 63

1. 규제 개요 ····· 63

2. 지역민방의 수중계 프로그램 편성 현황 ····· 64
3. 지상파 DMB 채널의 수중계 프로그램 편성 현황 ····· 67
제 4 절 순수 외주제작 방송프로그램의 편성 현황 ····· 69
1. 규제 개요 ····· 69
2. 지상파 3사 및 EBS의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황 ····· 70
3. 지역방송의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황 ····· 71
4. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황 ··· 77
제 5 절 국내제작 방송프로그램의 편성 현황 ····· 78
1. 규제 개요 ····· 78
2. 지상파 3사와 EBS의 국내제작 방송프로그램 편성 현황 ····· 80
3. 지역민방의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등 ····· 89
4. 지상파 DMB 채널의 국내제작 방송프로그램 편성 현황 ····· 94
5. 종합유선방송사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 ····· 95
6. 위성방송사업자의 국내제작 방송프로그램 편성 현황 ····· 96
7. 종합편성 방송채널사용사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등 ····· 97
8. 전문편성 방송채널사용사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등 ····· 99
9. 방송채널사용사업자(PP)의 국내 제작 애니메이션 신규편성비율 ····· 115
제 6 절 1개 국가 제작 프로그램의 편성 현황 ····· 116
1. 규제 개요 ····· 116
2. 지상파 3사와 EBS의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황 ····· 116
3. 지역 KBS와 지역 MBC의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황 ····· 118
4. 지역민방 TV 방송의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황 ····· 122
5. 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황 ····· 124

제 3 장 현행 편성규제 목적 적합성 및 실효성 검토 ····· 131
제 1 절 편성규제의 원리와 목적 ····· 131
1. 편성규제의 원리 ····· 131
2. 편성규제의 목적 ····· 132

제 2 절 다양성 확보를 위한 편성규제 ····· 134
1. 규제 현황 ····· 134
2. 규제 목적 합목적성 및 실효성 평가 ····· 149
제 3 절 산업정책적 목적의 편성규제 ····· 153
1. 규제 현황 ····· 153
2. 규제 목적 합목적성 및 실효성 평가 ····· 165
제 4 절 편성규제의 새로운 목표 제안 ····· 172
1. 새로운 다양성 개념 제안 ····· 172
2. 산업정책적 목표의 재검토 ····· 174
3. 이용자 보호 ····· 176

제 4 장 신규 영상콘텐츠 플랫폼 관련 국내외 정책 현황 ····· 178
제 1 절 OTT의 법적 정의 및 성격 ····· 178
1. 현행 국내법 상 OTT의 정의 및 지위 ····· 178
2. OTT와 방송의 유사성 ····· 179
제 2 절 해외 OTT 관련 정책 사례 ····· 181
1. 미국 ····· 181
2. 유럽연합 ····· 182
3. 프랑스 ····· 186
4. 영국 ····· 187
제 3 절 신규 영상 콘텐츠 플랫폼에 적용 가능한 편성 개념 및 규제 제안 ····· 189
1. 시간적 배열의 의미 퇴색과 공간적 배열의 중요성 확대 ····· 189
2. 지속 가능한 규제 목표와 규제 실천 방식의 변화 ····· 191
3. 정책 성과 평가 기준 마련과 측정 ····· 192

제 5 장 결 론 ····· 194

참고문헌 ····· 196

표 목 차

〈표 2-1〉 지상파 3사 TV 채널 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년) ····· 10
〈표 2-2〉 지상파 3사 TV의 반기별 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율(2023년) ·· 11
〈표 2-3〉 KBS 지역 TV 채널의 반기별 전체시간대 분야별 프로그램 편성비율(2023년) ··· 13
〈표 2-4〉 지역 KBS TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 프로그램 편성비율(2023년) · 18
〈표 2-5〉 지역 MBC TV 채널의 반기별 전체시간대 분야별 편성비율(2023년) ····· 22
〈표 2-6〉 지역 MBC TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 편성비율(2023년) ····· 24
〈표 2-7〉 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 매 반기 분야별 편성비율(2023년) ···· 27
〈표 2-8〉 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 채널의 오락 프로그램 편성비율(2023년) ·· 30
〈표 2-9〉 지역민방 TV 채널의 전체시간대 분야별 편성비율(2023년) ····· 33
〈표 2-10〉 지역민방 TV 채널의 주시청시간대 분야별 편성비율(2023년) ····· 36
〈표 2-11〉 지역민방 라디오 방송의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년) ····· 37
〈표 2-12〉 지상파 DMB 종합편성 TV 방송 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년) ··· 38
〈표 2-13〉 개별 종합편성 라디오 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년) ···· 40
〈표 2-14〉 종합편성 PP 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년) ····· 41
〈표 2-15〉 EBS의 반기별 주된 방송분야 방송프로그램 편성비율(2023년) ····· 44
〈표 2-16〉 지역민방 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2023년) ····· 46
〈표 2-17〉 개별 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2023년) ····· 48
〈표 2-18〉 전문편성 PP 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2023년) ····· 54
〈표 2-19〉 지역민방 TV 채널의 반기별 수중계 편성비율(2023년) ····· 65
〈표 2-20〉 지역민방 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2023년) ····· 66
〈표 2-21〉 지상파 DMB 채널의 반기별 수중계 편성비율(2023년) ····· 68
〈표 2-22〉 지상파 3사와 EBS의 전체시간대 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년) ·· 70
〈표 2-23〉 지상파 3사의 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년) ···· 71
〈표 2-24〉 지역 KBS TV 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년) ··· 72

〈표 2-25〉 지역 MBC 텔레비전 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년) · 74
〈표 2-26〉 지역민방 TV 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년) ···· 77
〈표 2-27〉 종합편성 방송채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년) ··· 78
〈표 2-28〉 지상파 3사와 EBS의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년) ····· 80
〈표 2-29〉 지상파 3사의 국내제작 영화 편성시간 변동추이(2021~2023년) ····· 83
〈표 2-30〉 지상파 3사의 국내제작 애니메이션 편성시간 변동추이(2021~2023년) ····· 85
〈표 2-31〉 지상파 3사 TV채널의 국내제작 대중음악 편성시간 변동추이(2021~2023년) ·· 86
〈표 2-32〉 EBS의 국내제작 영화 및 애니메이션 편성시간 변동추이(2022~2023년) ···· 87
〈표 2-33〉 지역민방 TV 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년) ····· 89
〈표 2-34〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 영화 편성시간(2023년) ····· 92
〈표 2-35〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 애니메이션 편성시간(2023년) ····· 92
〈표 2-36〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 대중음악 편성시간(2023년) ····· 93
〈표 2-37〉 주요 지상파 DMB 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년) ····· 94
〈표 2-38〉 지역 지상파 DMB 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년) ····· 95
〈표 2-39〉 SO 직사채널의 국내제작 프로그램 편성비율(2023년) ····· 96
〈표 2-40〉 위성방송의 국내제작 방송프로그램 편성현황(2023년) ····· 96
〈표 2-41〉 종편 PP 채널의 연평균 국내제작 방송프로그램 편성비율(2022~2023년) ·· 97
〈표 2-42〉 종편 PP 채널의 연간 분야별 국내 제작물 편성비율(2023년) ····· 98
〈표 2-43〉 전문편성 PP 채널의 국내제작 방송프로그램 편성비율(2023년) ····· 99
〈표 2-44〉 전문편성 TV·라디오 PP 채널의 분야별 연간 국내제작물 편성비율(%) (2023년) 110
〈표 2-45〉 종편 및 애니메이션 전문 PP 의 국내제작 애니메이션 신규편성비율(2023년) 115
〈표 2-46〉 지상파 3사와 EBS의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년) ···· 117
〈표 2-47〉 지상파 3사와 EBS의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년) · 118
〈표 2-48〉 지역 KBS TV채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년) ····· 119
〈표 2-49〉 지역 MBC TV채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년) ···· 120
〈표 2-50〉 종합편성 지상파 DMB TV의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율 (2023년) ····· 121
〈표 2-51〉 지역민방 TV 채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년) ···· 123

〈표 2－52〉 지역민방 TV 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년) · 124
〈표 2－53〉 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 수입물 중 1개 국가 제작물 편성현황(2023년) 125
〈표 2－54〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 연간 편성비율(2023년) 126
〈표 2－55〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년) · 129
〈표 2－56〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 대중음악 1개 국가 제작물 편성비율(2023년) 130
〈표 3－1〉 규제 목적별 편성규제 분류 ····· 133
〈표 3－2〉 오락 프로그램 편성 비율 규제 법령 ····· 135
〈표 3－3〉 오락 프로그램 편성 비율 규제 경과 ····· 136
〈표 3－4〉 주된 방송분야 의무 편성 비율 규제 법령 ····· 137
〈표 3－5〉 주된 방송분야 의무 편성 비율 규제 경과 ····· 138
〈표 3－6〉 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제 법령 ····· 139
〈표 3－7〉 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제 경과 ····· 142
〈표 3－8〉 1개국 수입 프로그램 편성 제한 규제 법령 ····· 144
〈표 3－9〉 1개국 수입 프로그램 편성 제한 규제 경과 ····· 145
〈표 3－10〉 지역민방 수중계 프로그램 편성 비율 규제 법령 ····· 146
〈표 3－11〉 지역민방 수중계 프로그램 편성 비율 규제 세부 법령 ····· 146
〈표 3－12〉 지역민방 수중계 프로그램 편성 비율 기준 ····· 148
〈표 3－13〉 2023년 지역민방 수중계 및 자체편성 현황 ····· 152
〈표 3－14〉 국내 제작물 의무 편성 비율 규제 법령 ····· 155
〈표 3－15〉 국내 제작물 의무 편성 비율 규제 경과 ····· 158
〈표 3－16〉 국내 제작 프로그램 인정기준 중 〈별표1〉 기준 ····· 159
〈표 3－17〉 국내 제작 애니메이션 인정기준 중 〈별표2〉 기준 ····· 161
〈표 3－18〉 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율 규제 법령 ····· 162
〈표 3－19〉 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율 기준 ····· 164
〈표 3－20〉 방송영상독립제작사 사업체 규모별 사업체 수와 매출액 ····· 167
〈표 3－21〉 주요 지상파 방송사 순수 외주제작비 현황 ····· 168
〈표 4－1〉 유럽연합의 AVMSD 내 시청각미디어서비스 정의 ····· 183

그 림 목 차

〔그림 1-1〕 전 세계 OTT 서비스 이용자 수 추이 (단위: 백만명) ····· 1
〔그림 1-2〕 전 세계 OTT 서비스 이용률 추이 (단위: %) ····· 2
〔그림 1-3〕 전 세계 OTT와 전통적 TV의 수익 추이 (단위: 10억 USD) ····· 3
〔그림 1-4〕 한국의 OTT 서비스 이용률 추이 (단위: %) ····· 4
〔그림 1-5〕 한국 시장에서 넷플릭스의 스트리밍 수익 (단위: 십억원) ····· 4
〔그림 1-6〕 방송사업자군별 광고매출 추이 (단위: 억 원) ····· 5
〔그림 2-1〕 지상파 3사 TV 채널 월별 오락 프로그램 편성비율 변화(2023년) ····· 10
〔그림 2-2〕 지상파 3사 TV 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율(2023년) ····· 12
〔그림 2-3〕 지역 KBS TV 채널의 연평균 분야별 편성비율(2023년) ····· 17
〔그림 2-4〕 지역 KBS TV 채널의 연평균 주시청시간대 분야별 편성비율(2023년) ····· 21
〔그림 2-5〕 지역 MBC TV 채널의 연평균 전체시간대 분야별 편성비율(2023년) ····· 24
〔그림 2-6〕 지역 MBC TV 채널의 연평균 주시청시간대 분야별 편성비율(2023년) ···· 26
〔그림 2-7〕 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 편성비율(2023년) ··· 29
〔그림 2-8〕 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 채널의 분야별 편성비율(2023년) ····· 32
〔그림 2-9〕 지역민방 TV 채널의 연평균 분야별 편성비율(2023년) ····· 35
〔그림 2-10〕 주요 지상파 DMB TV 채널의 연평균 오락 프로그램 편성비율(2023년) ··· 39
〔그림 2-11〕 개별 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 편성비율(2023년) ····· 41
〔그림 2-12〕 종합편성 PP 채널의 월별 오락 프로그램 편성 추이(2023년) ····· 42
〔그림 2-13〕 종합편성 PP 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율(2023년) ····· 43
〔그림 2-14〕 지역민방 전문편성 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2023년) 47
〔그림 2-15〕 개별 전문편성 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2023년) 52
〔그림 2-16〕 소출력 지역공동체 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2023년) ···· 53
〔그림 2-17〕 지역민방 TV 채널의 연평균 수중계 프로그램 편성비율(2023년) ····· 65
〔그림 2-18〕 지역민방 라디오 채널의 연평균 수중계 프로그램 편성비율(2023년) ····· 67

〔그림 2－19〕 주요 지상파 DMB 채널의 연평균 수중계 프로그램 편성비율(2023년) ····· 69
〔그림 2－20〕 서울 및 지역 KBS의 연평균 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년) 73
〔그림 2－21〕 서울 MBC와 지역 MBC의 연평균 순수 외주제작물 편성비율(2023년) ····· 75
〔그림 2－22〕 지역민방 TV 채널의 순수 외주제작 프로그램 편성비율 추이(2023년) ···· 76
〔그림 2－23〕 지상파 3사와 EBS의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년) ····· 81
〔그림 2－24〕 지상파 3사 TV 채널의 국내 제작 영화 편성비율(2021～2023년) ····· 82
〔그림 2－25〕 지상파 3사 TV 채널의 국내제작 애니메이션 편성비율(2021～2023년) ···· 84
〔그림 2－26〕 지상파 3사와 EBS의 국내제작 애니메이션 신규 편성비율(2021～2023년) · 88
〔그림 2－27〕 지역민방 TV 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년) ····· 90
〔그림 2－28〕 지역민방 TV 채널의 국내 제작 영화 편성비율(2022～2023년) ····· 91
〔그림 3－1〕 방송영상독립제작사 산업 규모 추이 ····· 166
〔그림 3－2〕 2018 - 2021년 방송영상독립제작사 사업체 규모별 매출액 비중 비교 · 167
〔그림 4－1〕 VSP 기준 심사 절차 ····· 188

요 약 문

1. 제 목

미디어 융복합 시대의 편성 규제 정책의 지향점 연구

2. 연구 목적 및 필요성

미디어 융복합 시대가 도래하면서 OTT와 같은 신규 영상 콘텐츠 유통 플랫폼이 급성장하고, 시청자의 콘텐츠 소비 패턴이 변화하고 있다. 이러한 환경 변화는 기존의 방송 편성 규제가 제정될 당시의 미디어 환경과 본질적으로 다르며, 새로운 정책 방향 모색이 필요하다. 특히, 편성 규제의 목적과 적용 기준이 현행 미디어 환경에 적합한지를 검토하고, 산업 발전과 시청자 복지를 동시에 달성할 수 있는 정책 방향을 마련하는 것이 중요하다. 현재의 편성 규제는 다양성과 공익성을 확보하려는 목적으로 제정되었지만, OTT와 같은 신규 플랫폼이 등장하면서 기존 규제의 실효성과 명확성 문제가 대두되고 있다. 따라서, 방송사업자의 편성 실적을 체계적으로 분석하고, 규제의 적합성을 평가하며, 미디어 융복합 시대에 적합한 새로운 편성 개념과 정책을 제안하는 것이 본 연구의 핵심적 필요성이다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 세 가지 주요 목표를 중심으로 구성된다. 첫째, 방송사업자의 편성현황을 조사하고 데이터베이스를 구축하여 주요 규제 항목의 준수 실태를 분석한다. 둘째, 현행 편성 규제의 목표 적합성과 실효성을 검토하며, 법령 내 정의 및 인정 기준의 명확성을 제고하기 위한 개선안을 마련한다. 셋째, 미디어 융복합 시대의 신규 플랫폼 환경에 부합하는

편성 개념과 정책 방향을 제안한다. 연구 범위는 지상파, 종합편성채널, 지역방송 등 기존 방송사업자뿐만 아니라 OTT와 같은 새로운 영상 콘텐츠 플랫폼까지 포함한다. 이를 통해 방송 규제의 전반적인 효과를 평가하고, 미래의 방송환경 변화에 대응할 수 있는 정책 방안을 제시하고자 한다.

4. 연구 내용 및 결과

본 연구는 방송사업자의 2023년도 편성 실적 데이터를 수집하고 분석하여 규제 준수 현황과 문제점을 도출하였다. 특히, 오락 프로그램 편성 비율 제한, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율, 1개국 제작 수입물 편성 비율 등 주요 규제 항목의 준수 실태를 조사하였다. 분석 결과, 일부 규제가 실효성을 상실했으며, 일부 항목은 현행 미디어 환경에 부합하지 않는 것으로 나타났다. 전문가 자문과 법률 검토를 통해 규제 대상 프로그램의 정의와 인정 기준을 명확히 하는 개선의 방향을 제안했다. 또한, OTT 플랫폼의 특성과 콘텐츠 제공 방식을 분석하여 새로운 편성 개념을 제안하였으며, 이는 다양성과 공익성을 동시에 달성할 수 있는 정책 방향으로 평가된다.

5. 정책적 활용 내용

본 연구는 방송사업자의 편성 실적 데이터를 기반으로 현행 편성 규제의 개선 방향을 제안하였다. 제안된 개선안은 방송법 개정과 정책 입안을 위한 논리적 근거로 활용될 수 있다. 특히, 규제의 명확성과 실효성을 제고하여 규제 당국과 사업자 간의 의사소통을 원활히 하고, 규제 적용의 타당성을 확보할 수 있다. 또한, OTT와 같은 신규 플랫폼에도 적용 가능한 새로운 편성 개념은 미디어 산업의 융복합 환경에 적합한 규제 정책 마련에 기여할 것이다. 이를 통해 시청자 복지를 증진하고, 콘텐츠 유통의 다양성을 확보하며, 방송영상 산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 정책적 기반을 제공할 수 있다.

6. 기대효과

본 연구는 미디어 융복합 시대에 적합한 편성 규제 정책을 제시함으로써 여러 기대효과를 창출할 수 있다. 첫째, 방송사업자의 편성 실적 분석과 규제 목적의 합목적성 검토를 통해 방송법 개정의 근거를 마련하고, 방송 산업의 경쟁력을 강화할 수 있다. 둘째, OTT 등 신규 플랫폼에 대응하는 규제 정책을 통해 콘텐츠 유통 환경의 변화를 수용하며, 시청자의 선택권과 만족도를 높일 수 있다. 셋째, 공익성과 다양성을 동시에 달성하는 규제 체계를 구축하여 시청자 복지를 증진할 수 있다. 넷째, 연구 성과를 업계와 학계에 공유함으로써 정책 입안과 학술 연구의 기초 자료로 활용될 수 있다. 이러한 효과는 미디어 산업의 지속 가능한 발전과 시청자 중심의 방송 환경 구축에 도움을 줄 수 있을 것이다.

SUMMARY

1. Title

A Study of the Direction of Programming Regulation Policy in the Era of Media Convergence

2. Objective and Importance of Research

With the advent of the era of media convergence, platforms such as OTT (Over-The-Top) services have grown rapidly, altering audience consumption patterns for video content. This environmental shift fundamentally differs from the media landscape at the time when traditional broadcasting programming regulations were established, necessitating the exploration of new policy directions. In particular, it is essential to examine whether the objectives and application standards of current programming regulations align with the modern media environment, while simultaneously fostering industrial development and enhancing viewer welfare. Current programming regulations were introduced to ensure diversity and public interest; however, the emergence of platforms like OTT has raised issues regarding their effectiveness and clarity. Consequently, this study aims to systematically analyze broadcasters' programming performance, evaluate the suitability of current regulations, and propose new programming concepts and policies tailored to the era of media convergence.

3. Contents and Scope of the Research

This study is structured around three primary objectives. First, it investigates broadcasters' programming practices and establishes a database to analyze compliance with major regulatory items. Second, it evaluates the suitability and effectiveness of existing programming regulations while proposing amendments to clarify definitions and standards in legal texts. Third, it suggests programming concepts and policy directions applicable to the new platform environment of the media convergence era. The scope of the research includes traditional broadcasters such as terrestrial channels, comprehensive programming channels, and regional broadcasters, as well as emerging video content platforms like OTT services. Through this, the study seeks to assess the overall impact of broadcasting regulations and propose policy measures that can respond to future changes in the broadcasting environment.

4. Research Results

This study collected and analyzed programming data from 2023 to identify compliance trends and issues in regulatory areas such as entertainment programming ratio limits, mandatory outsourcing quotas, and single-country import content quotas. The analysis revealed that certain regulations had lost their effectiveness, while others were found to be misaligned with the current media environment. Based on these findings, expert consultations and legal reviews were conducted to propose the direction of amendments that clarify the definitions and recognition criteria for regulated programs. Furthermore, the characteristics and content provision methods of OTT platforms were analyzed to propose a new programming concept that simultaneously achieves diversity and public interest. These proposals have been evaluated as policy directions that can address the challenges of the evolving media landscape.

5. Policy Suggestions for Practical Use

This study provides policy recommendations for improving programming regulations based on an analysis of broadcasters' programming data. The proposed improvements serve as logical grounds for amending broadcasting laws and formulating new policies. Specifically, the enhanced clarity and effectiveness of regulations facilitate better communication between regulatory authorities and broadcasters while ensuring the validity of regulatory applications. Additionally, the new programming concept applicable to platforms like OTT contributes to the development of regulatory policies suitable for the media industry's convergence environment. These measures enhance viewer welfare, ensure diversity in content distribution, and strengthen the competitiveness of the broadcasting and video content industries, providing a solid foundation for future policy-making.

6. Expectations

This study is expected to generate several significant outcomes by proposing programming regulation policies tailored to the era of media convergence. First, the analysis of broadcasters' programming performance and regulatory improvements provides a basis for revising broadcasting laws and strengthening the industry's competitiveness. Second, regulatory policies responsive to new platforms like OTT accommodate changes in the content distribution environment, enhancing audience choice and satisfaction. Third, establishing a regulatory framework that achieves both public interest and diversity contributes to improved viewer welfare. Fourth, by sharing research findings with industry and academic stakeholders, the study offers foundational data for policy-making and academic research. These outcomes are anticipated to contribute to the sustainable development of the media industry and the establishment of a viewer-centric broadcasting environment.

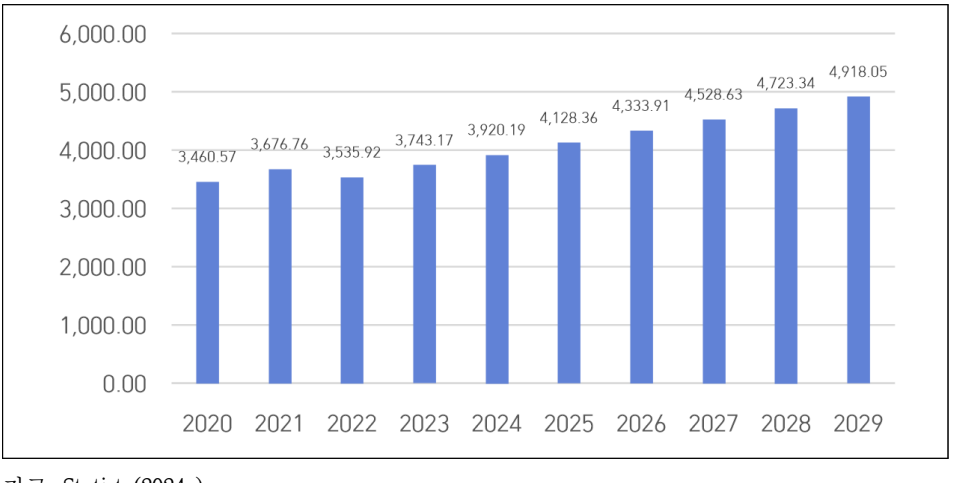
제1장 서 론

제1절 연구의 배경 및 필요성

1. 연구의 배경

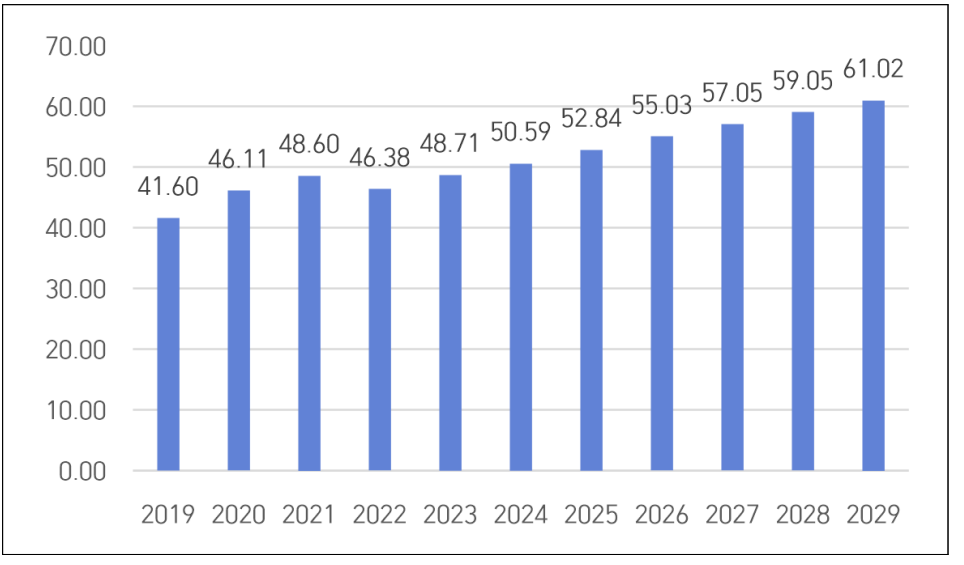
전 세계적으로 영상 콘텐츠의 유통 및 소비 방식이 급격히 변화하고 있다. OTT (Over-The-Top) 플랫폼의 등장은 이러한 변화의 중심에 있으며, OTT 플랫폼은 기존의 방송 체계를 대체하거나 보완하며 영상 콘텐츠 시장의 주요한 축으로 자리 잡고 있다. OTT 플랫폼 서비스의 이용자는 해마다 폭발적으로 증가하고 있다. 이미 전 세계 인구의 반이 OTT를 이용하고 있다. 2020년 34억 명이었던 전 세계 OTT 이용자는 2024년 39억 명까지 증가했으며, 2029년에는 49억 명에 이를 것으로 전망된다(Statista, 2024a). 이는 2029년에는 전 세계 인구의 61% 이상이 OTT 서비스를 이용하게 되는 것을 의미하며(Statista, 2024b), OTT가 영상 콘텐츠 소비의 주요 경로로 자리 잡고 있음을 보여준다.

〔그림 1-1〕 전 세계 OTT 서비스 이용자 수 추이 (단위: 백만명)



자료: Statista(2024a)

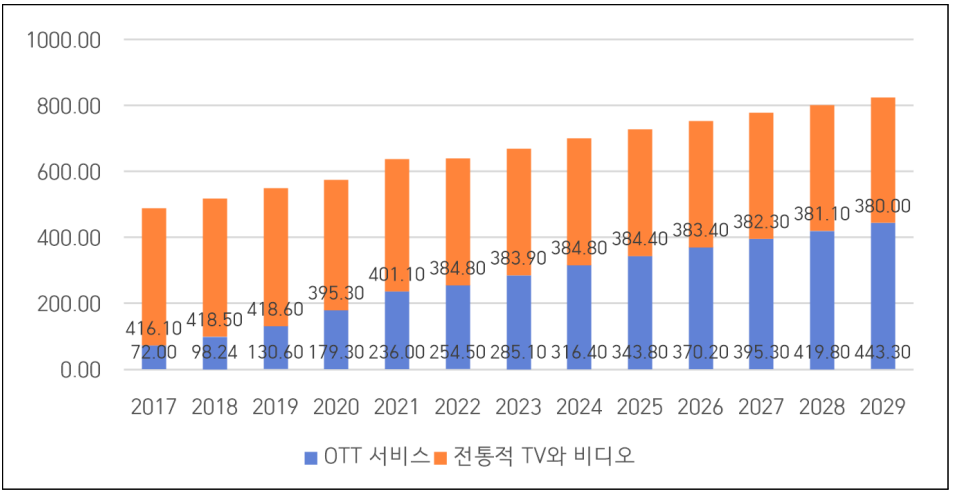
〔그림 1-2〕 전 세계 OTT 서비스 이용률 추이 (단위: %)



자료: Statista(2024b)

OTT 이용자가 증가함에 따라 OTT의 수익도 함께 증가하고 있다. 2017년 전 세계 OTT 서비스의 수익은 720억 달러였으나, 2024년에는 3,160억 달러로 4배 이상 증가했다. 이 수치는 2029년까지 4,430억 달러에 이를 것으로 전망된다. 반면, TV와 비디오 중심의 전통적 방송 미디어의 수익은 지속적으로 감소하고 있다. 2017년 4,160억 달러였던 전 세계 전통적 TV와 비디오의 수익은 2024년 3,840억 달러로 줄어들었으며, 감소세는 계속되어 2027년에는 OTT 서비스의 수익이 전통적 TV와 비디오의 수익을 초과할 것으로 예상된다(Statista, 2024c). OTT의 성장과 전통적 방송 미디어의 영향력 감소는 영상 콘텐츠의 유통 및 소비 방식이 큰 전환점을 지나고 있음을 보여준다. 전 세계적으로 미디어 시장의 주도권의 이동이 관찰되고 있다.

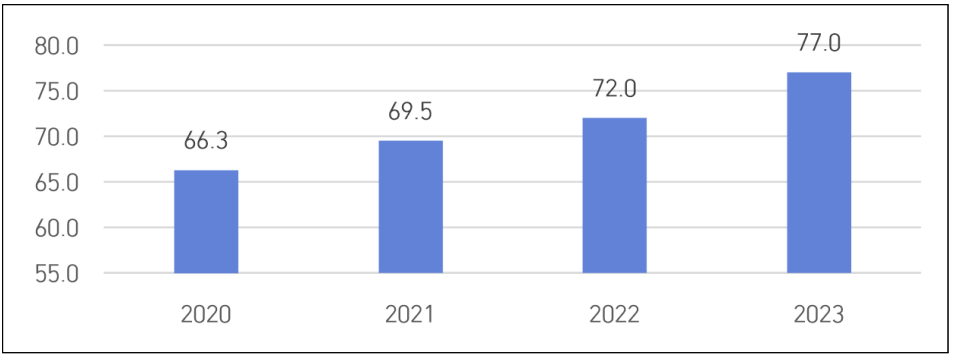
〔그림 1-3〕 전 세계 OTT와 전통적 TV의 수익 추이 (단위: 10억 USD)



자료: Statista(2024c)

한국에서도 OTT 이용률은 꾸준히 증가하고 있다. 2020년 66.3%였던 OTT 이용률은 2023년 77.0%로 상승하여 국민의 2/3 이상이 OTT 서비스를 이용하는 것으로 나타났다(방송통신위원회, 2023). 이는 글로벌 추세와 맥을 같이하며, 넷플릭스와 같은 글로벌 OTT 서비스의 진출과 국내 플랫폼의 다양화가 맞물린 결과이다. 넷플릭스는 2016년 한국에서 서비스를 시작한 이후, 〈오징어 게임〉, 〈더 글로리〉, 〈흑백요리사〉 등 오리지널 콘텐츠가 연달아 성공하며 많은 구독자를 유치했다. 이에 더해 티빙, 웨이브, 쿠팡플레이 등 한국의 OTT 사업자들도 인기 텔레비전 프로그램을 제공하고 독점 콘텐츠를 확보하며 경쟁력을 강화했다. 또한, 디즈니플러스와 애플TV 등 글로벌 OTT 사업자들이 한국 시장에 진출해, 한국 이용자들의 취향에 맞는 프로그램을 제공하기 위한 노력을 기울였다. 이와 같은 흐름 속에서 한국 영상 콘텐츠 시장에서 OTT의 점유율은 빠르게 확대되고 있다.

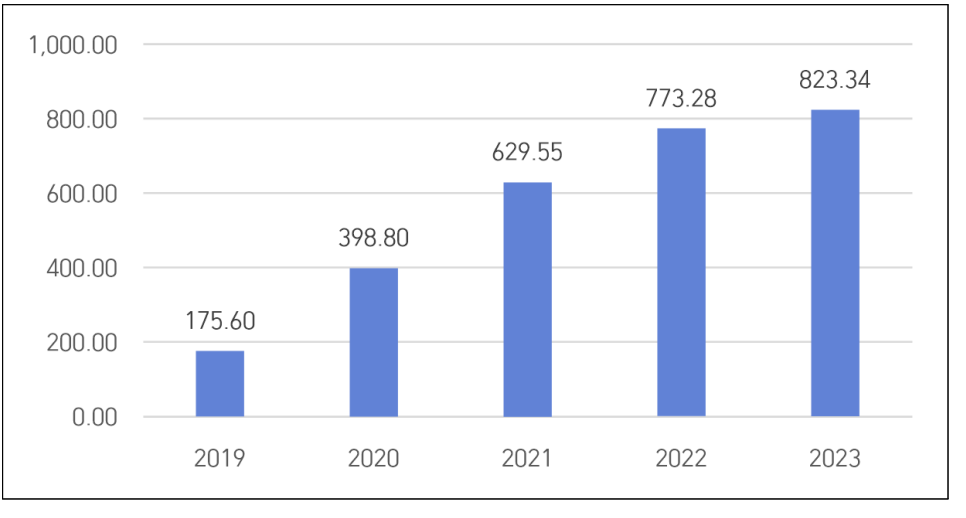
〔그림 1-4〕 한국의 OTT 서비스 이용률 추이 (단위: %)



자료: 정보통신정책연구원(2021-2023). 〈2021-2023 방송매체 이용행태조사〉 재구성

현재 한국의 영상 콘텐츠 산업을 이끌고 있는 것은 넷플릭스라고 해도 과언이 아니다. 넷플릭스는 오리지널 콘텐츠의 연이은 히트에 힘입어 2023년 기준 8,233억 원의 수익을 거두었는데 이는 2019년에 벌어들인 수익 1,756억 원의 4배가 넘는 규모다. 불과 5년 동안 넷플릭스는 한국 시장에서 368%의 수익 성장을 기록했다(넷플릭스, 2024).

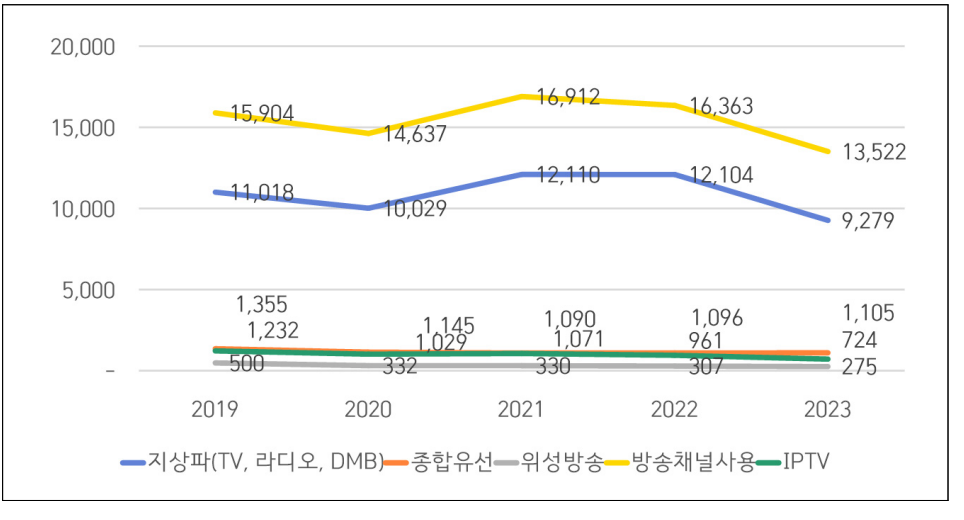
〔그림 1-5〕 한국 시장에서 넷플릭스의 스트리밍 수익 (단위: 십억원)



자료: 넷플릭스(2024)

이와 같은 변화는 영상 콘텐츠 소비의 다각화를 촉진하며, 기존의 지상파 방송과 유료 방송의 시장 점유율 감소로 이어지고 있다. 2016년을 기점으로 지상파 방송과 유료 방송의 연평균 시청률은 지속적으로 하락하고 있다(황현정, 2024). 특히, 2016년 넷플릭스의 한국 진출 이후 다양한 OTT 플랫폼이 시장에 진입하며, 전통적 방송 매체의 영향력이 눈에 띄게 약화되었다. 이로 인해 주요 방송 사업자의 매출 및 광고 수익도 감소하는 추세다. 〔그림 1-6〕에서 볼 수 있듯이, 전통적인 방송 사업자들은 2021년 일시적인 광고 매출 상승 이후 다시 하락세를 보였으며, 특히 2023년에는 IPTV를 제외한 모든 사업자들이 급격한 광고 매출 감소를 경험하고 있다. 넷플릭스의 수익은 2019년에서 2023년 사이 4배 이상 성장한 반면, 지상파 방송사업자의 광고 매출은 같은 기간 1조 1,018억 원에서 9,279억 원으로 약 2,000억 원 감소했다. 방송채널사용사업자의 광고 매출 또한 2019년 1조 5,904억 원에서 2023년 1조 3,522억 원으로 2,000억 원 이상 줄어들었다. 다른 사업자들 역시 지상파나 방송채널사용사업자만큼은 아니지만 광고 매출 감소를 겪고 있다. 방송 시장 내 전통적 사업자들이 새로운 미디어 환경에서 생존하기 위해 전략적 변화를 모색해야 하는 시기가 도래한 것이다.

〔그림 1-6〕 방송사업자군별 광고매출 추이 (단위: 억 원)



자료: 정보통신정책연구원(2022-2024). 〈2022-2024 방송산업실태조사 보고서〉 재구성

이와 함께 시청자의 영상 콘텐츠 소비 경험 역시 크게 변화하고 있다. 전통적인 방송 중심의 콘텐츠 소비에서 벗어나, OTT와 같은 비전통적 플랫폼을 통해 맞춤형 콘텐츠를 즐기는 방향으로 이동하고 있다. 이러한 변화는 영상 제작, 유통, 광고 등 관련 산업의 구조를 재편하고 있으며, 기존의 규제 체계와 정책 목표가 현재 시장 환경과 부합하는지 검토해야 할 필요성을 제기한다.

특히, 지상파 방송 중심으로 설계된 현행 편성 규제는 영상 콘텐츠 소비의 다양성을 보장하고 산업 성장을 도모하기 위해 도입되었다. 그러나 OTT 플랫폼의 부상으로 인해 방송 시장 내 이해관계자의 구도가 변화하면서, 기존 규제의 유효성을 재검토해야 하는 시점에 이르렀다. 본 연구는 이러한 배경 하에 영상 콘텐츠 유통 및 소비의 변화와 관련된 현황을 분석하고, 규제 체계의 개선 방향을 제시하고자 한다.

2. 연구의 필요성

현행 편성규제의 운영 및 실태를 면밀히 분석하는 것은 방송 정책 개선의 필수적인 과정이다. 현행 편성규제에 대한 규제 대상 사업자들의 준수 여부와 편성 행태를 추적하고, 이를 통해 규제가 실제로 효과적으로 작동하고 있는지 평가할 필요가 있다. 방송법 내 다양한 규제와 정책의 개선 방안을 마련하기 위해, 전체 방송사업자의 편성 실적을 사업자 군별, 편성규제별로 정리한 기초 자료의 축적이 요구된다.

현행 편성규제의 운영 효율성을 증대하기 위해서는 규제 대상의 정의와 인정 기준을 명확히 할 필요가 있다. 규제의 타깃과 범위를 명확히 설정함으로써 정책 당국과 방송 사업자 간 의사소통을 강화하고, 규제 적용의 타당성을 확보할 수 있다. 이를 위해 법령 내 정의와 인정 기준에 대한 면밀한 검토가 이루어져야 한다.

OTT와 같은 새로운 영상 콘텐츠 유통 플랫폼이 등장하고, 시청자들의 소비 패턴이 변화하면서, 기존 편성 정책은 더 이상 현재의 미디어 환경에 부합하지 않을 수 있다. 이러한 다변화된 융복합 미디어 환경에 대응하기 위해, 새로운 편성 정책의 수립과 기존 정책의 개선이 필요하다. 규제 목표인 “다양성의 확보”와 “방송영상 산업의 진흥”이 얼마나 달성되었는지 평가하고, 그 유효성을 판단하여 미래의 정책 방향을 설계해야 한다.

더 나아가, 효력을 상실한 규제는 폐기하고, 새로운 미디어 환경에 적합한 정책을 제안해야 한다. 이를 통해 방송 시장의 지속 가능한 발전을 도모하고, 변화하는 시청자 요구를 충족시킬 수 있는 유연한 정책 환경을 마련할 수 있다.

제2절 연구의 목적 및 내용

본 연구는 급변하는 미디어 환경 속에서 방송사업자의 편성 현황을 분석하고, 현행 편성 규제의 적합성을 검토하며, 새로운 정책 방향을 제시하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 본 연구는 다음과 같은 세 가지 구체적 목표를 설정했다.

첫째, 방송사업자의 편성현황을 조사하고, 이를 기반으로 데이터베이스를 구축하고자 한다. 방송법과 관련 시행령 및 고시에 명시된 주요 의무 편성 규정과 비율 제한 규정 준수 여부를 조사하며, 이를 통해 규제의 성과와 문제점을 진단할 기초 자료를 축적할 것이다. 또한, 전년도와의 비교를 통해 주요 방송사업자의 편성 흐름을 파악할 계획이다.

둘째, 현행 편성 규제의 목표 적합성을 검토하고, 법령 내 정의와 인정 기준을 명확히 하고자 한다. 방송사업자의 편성 데이터와 방송시장 데이터를 활용해 규제 항목별 목표 달성 정도를 분석하며, 이를 토대로 규제 목표의 적합성과 수정 필요성을 검토할 것이다. “외주제작 프로그램”과 “국내 제작 프로그램” 등 법령 내 정의된 규제 대상 프로그램의 개념을 재검토하고, 이를 재정비하여 명확성을 확보할 방안을 제안한다.

셋째, 미디어 융복합 시대에 적용 가능한 새로운 편성 개념과 정책을 제안하고자 한다. OTT와 같은 신규 영상 콘텐츠 플랫폼의 특성과 파급효과를 검토하고, 새로운 플랫폼 환경에 적합한 편성 개념을 도출한다. 선행 연구 및 해외 사례를 분석하여 적합한 편성 정책을 설계하고, 시장의 자율 경쟁을 저해하지 않으면서 다양성과 공익성을 증진할 수 있는 규제 방향을 제시할 것이다.

연구의 내용 및 범위는 방송사업자의 편성 현황 조사, 현행 규제의 적합성과 실효성 평가, 그리고 새로운 편성 정책 제안을 포함한다. 이를 통해 방송 콘텐츠 시장의 변화를 이해하고, 미래지향적이고 실효성 있는 규제 체계를 마련하는 데 기여하고자 한다. 본 연구는 방송 사업자의 편성 실적을 사업자군별, 편성 규제별로 분석하고, 변화하는 미디어 환

경에 부합하는 편성 정책의 방향성을 제시함으로써 정책적 의사결정에 실질적인 자료를 제공할 것이다.

제3절 보고서의 구성

이 보고서는 총 5장으로 구성되어 있다. 제1장에서는 연구의 배경과 필요성을 제시하고, 연구 목적과 방향성을 구체화했다. 이 장에서는 현재 미디어 환경의 변화와 그로 인한 편성 규제의 개선 필요성을 강조하며, 연구의 개요를 간략히 설명했다. 제2장에서는 편성 규제를 받는 대상 사업자들의 2023년 편성 현황을 체계적으로 정리하였다. 지상파 방송, 종합편성 채널, 주요 PP 등 각 사업자의 편성 비율과 주요 특징을 분석하였으며, 이를 통해 기존 편성 규제의 적용 범위와 현황을 명확히 이해할 수 있는 기초 자료를 구축했다. 제3장에서는 편성 규제의 원리와 목적을 다룬 후, 세부적인 규제 항목을 개별적으로 분석하였다. 오락 프로그램 편성 비율 규제, 순수 외주 제작 프로그램 의무 편성 비율 규제, 1개국 수입 프로그램 편성 규제, 지역방송 수중계 프로그램 편성 규제, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제 등의 법령 현황과 연혁을 살펴보았다. 또한, 각 규제의 실효성과 문제점을 평가하기 위해 이해관계자와 전문가의 의견을 수렴하고 관련 데이터를 종합적으로 검토했다. 이를 통해 기존 규제의 한계와 개선 필요성을 다각도로 논의했다. 제4장에서는 새롭게 부상한 영상 콘텐츠 플랫폼에서의 편성 규제 적용 방안을 해외 사례와 함께 검토하였다. 넷플릭스, 디즈니플러스 등 글로벌 OTT 서비스의 성장과 더불어 국내외에서 디지털 플랫폼 규제가 어떻게 변화하고 있는지를 분석하고, 새로운 플랫폼 환경에서 편성 규제가 갖는 의미와 적용 가능성을 탐색했다.

마지막으로, 제5장에서는 연구 결과를 종합하고 미래의 편성 규제가 나아가야 할 방향을 제시했다. 이 장에서는 연구에서 도출된 주요 시사점을 바탕으로 향후 규제 방향과 실질적인 개선 방안을 제안하고, 이를 통해 변화하는 미디어 환경에서 편성 규제가 지속 가능하고 효과적인 역할을 할 수 있도록 구체적인 비전을 제시하고자 했다.

제 2 장 편성현황 조사 (2023년 방송사업자 편성현황)

제 1 절 종합편성 방송사업자의 분야별 프로그램 편성 현황

1. 규제 개요

방송법(제69조 제3항) 및 동법 시행령(제50조 제1항)에 의거하여 종합편성을 행하는 방송사업자는 오락에 관한 방송프로그램을 당해 채널의 매 반기 전체 방송시간의 60% 이하로 편성하여야 한다.[1)]

규정의 적용 대상이 되는 종합편성 채널은 (1) 지상파 3사 직영(KBS 서울본부, MBC 본사, SBS) 방송채널, (2) KBS 18개 지역방송국(지역총국 및 지역국) 및 MBC 본사를 제외한 16개 지역계열사 방송채널, (3) OBS경인TV(구 경인방송), KNN(구 부산방송), TBC(구 대구방송), 광주방송, 대전방송, 울산방송, 전주방송, 청주방송, G1(구 강원민방), 제주방송 등 지상파 지역 민영방송사의 방송채널, (4) 지상파 DMB 사업자의 방송채널, (5) 텔레비전 방송을 하지 않는 개별 지상파 라디오 방송사업자의 라디오 방송채널, (6) 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 종편 PP)의 텔레비전 방송채널이다.

2. 지상파 종합편성 방송의 분야별 프로그램 편성 현황

가. 지상파 3사 TV 채널의 분야별 프로그램 편성비율

1) 지상파 3사 TV채널(중앙)의 분야별 프로그램 편성비율

KBS 서울본부, MBC 본사. SBS의 지상파 3사의 4개 방송채널(KBS 1TV, KBS 2TV, MBC,

---

1) 2021년 4월 30일 방송법 시행령이 개정됨에 따라, 2022년 1월 1일부터 오락 프로그램 편성비율 산정기간이 '매월'에서 '매 반기'로 변경되었으며, 종합편성을 행하는 텔레비전 및 라디오 방송프로그램의 오락 프로그램 편성비율 상한이 50% 이하에서 60% 이하로 완화되었다.

SBS)을 대상으로 2023년 반기별 오락 분야 프로그램의 편성비율을 분석하였다. 분석 결과 모든 방송 채널이 매 반기 60% 이내에서 오락 분야 프로그램을 편성하며 의무 편성비율을 준수한 것으로 나타났다. 채널별로 살펴보면 MBC는 상반기 42.7%, 하반기 43.9%, SBS는 상반기 41.2%, 하반기 39.2%의 비율로 매 반기 오락 분야 프로그램을 편성하였다. KBS 2TV는 상반기 57.5%, 하반기 57.3%의 비율로 오락 분야 프로그램 편성하였으며, KBS 1TV는 여타 채널보다 낮은 비율(상반기 7.5%, 하반기 7.5%)로 매 반기 오락 분야 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-1〉 참조).

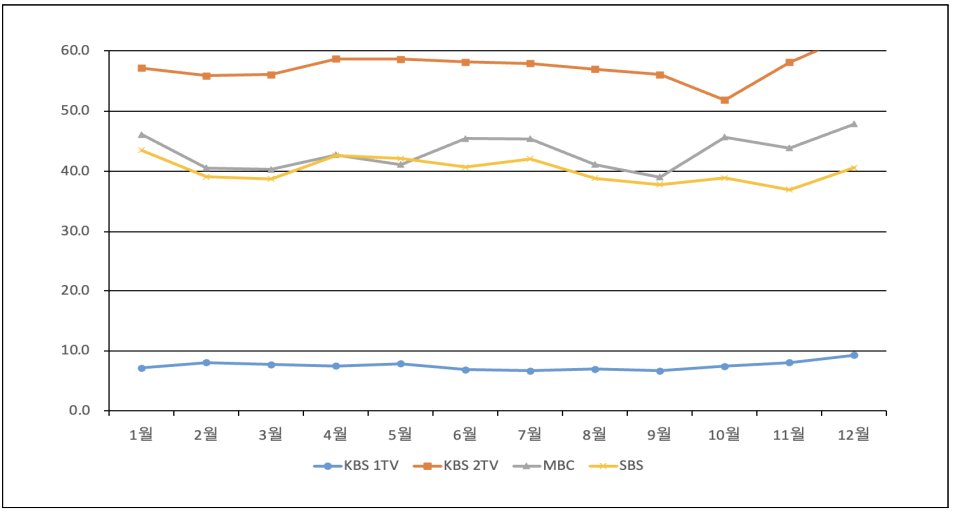
〈표 2-1〉 지상파 3사 TV 채널 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균	의무편성비율
KBS 1TV	7.5	7.5	7.5	반기별 60% 이하
KBS 2TV	57.5	57.3	57.4	
MBC	42.7	43.9	43.3	
SBS	41.2	39.2	40.2	

〔그림 2-1〕 지상파 3사 TV 채널 월별 오락 프로그램 편성비율 변화(2023년)

(단위: %)



〔그림 2-1〕은 KBS 서울본부, MBC 본사, SBS의 지상파 3사의 4개 TV 방송채널의 월별 오락 프로그램 편성비율 변화를 도식화한 것이다. 그림에서 보면, KBS 1TV의 낮은 오락 프로그램 편성 비율을 유지한 반면, KBS 2TV는 다른 채널에 비해 오락 프로그램의 편성 비율이 높은 채널별 편성 특성을 확인할 수 있다.

주시청시간대에 한정하여 지상파 3사의 4개 TV 방송채널(본사 기준)의 반기별 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율(〈표 2-2〉)과 연평균 분야별 프로그램의 편성비율 분포(〔그림 2-2〕)를 분석하였다.[2] 분석 결과, 2022년과 유사하게 KBS 1TV를 제외한 KBS 2TV, MBC, SBS는 오락 프로그램을 주시청시간대의 절반 이상 편성한 것으로 나타났다. KBS 2TV는 매 반기 80% 이상의 높은 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율을 기록했다(상반기 81.7%, 하반기 82.4%). 특별히 KBS 1TV는 KBS 2TV와 상호 보완 형태의 편성비율을 보이며, 교양 프로그램(연평균 63.2%)과 보도 프로그램 편성비율(연평균 64.1%)에서 높은 편성비율을 차지하였다.

〈표 2-2〉 지상파 3사 TV의 반기별 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균
KBS 1TV	14.8	14.8	14.8
KBS 2TV	81.7	82.4	82.1
MBC	56.7	56.4	56.5
SBS	52.6	52.2	52.4

〔그림 2-2〕에 나타난 바와 같이, 주시청시간대 KBS 1TV는 연평균 교양과 보도 프로그램의 편성을 합하여 85.2%를 오락 프로그램은 14.8%을 편성했다. 반대로 KBS 2TV의 경우 주시청시간대 연평균 교양과 보도 프로그램을 합한 비율이 17.9%였으며, 오락 프로그램의 편성 비율은 80%를 넘어선 것으로 나타났다(82.1%). KBS 2TV는 전년도 대비 주시청시간

2) 현재 보도·교양·오락 프로그램의 균형 있는 편성과 관련하여 현행 방송법령에 주시청시간대에 한정하여 적용되는 편성비율 제한은 없다. 주시청시간대에 한정한 분야별 편성비율 분포는 방송사업자 편성현황에 대한 참고자료로 제시한다.

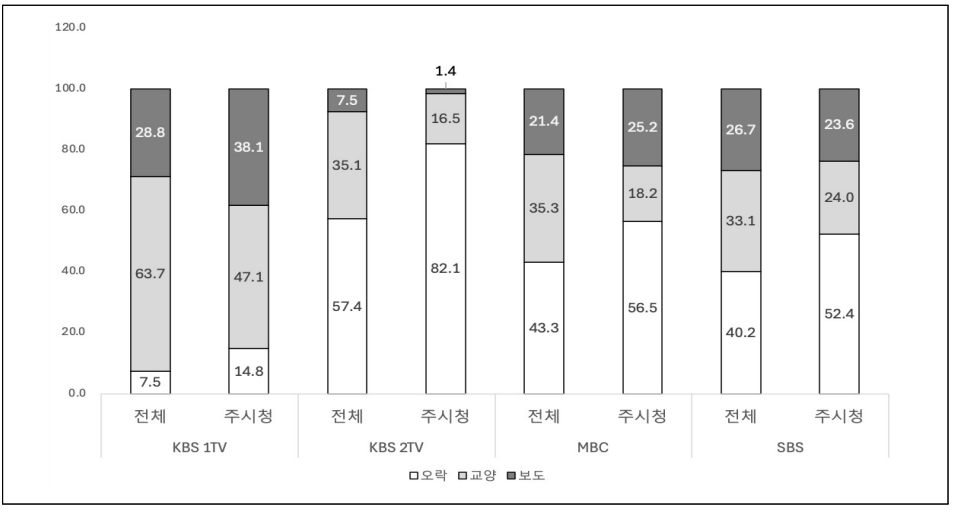
대 교양과 보도 프로그램 편성비율(20.6%)과 비교했을 때 소폭 적게 편성했고, 주시청시간대의 오락 프로그램 편성비율은 작년(79.4%)에 비해 증가한 것으로 보인다.

한편 2023년 KBS 서울본부의 편성비율은 KBS 1TV와 KBS 2TV 간에는 보완 편성 행태가 뚜렷하게 나타났다. KBS 1TV는 교양과 보도를 강조하는 채널 특성을 프로그램 편성에도 적극적으로 반영하고 있다. 이에 따라 교양 프로그램과 보도 프로그램의 연평균 편성비율이 각각 63.7%, 28.8%인 반면, 오락 프로그램의 연평균 편성비율은 7.5%에 그쳤다. 이는 전년도 KBS 1TV의 편성비율(교양 61.7%, 보도 30.9%, 오락 7.4%)과 유사한 형태였다. 이에 반해 KBS 2TV의 보도 프로그램 연평균 편성비율은 7.5%, 오락 프로그램의 연평균 편성비율은 57.4%로 KBS 1TV 편성비율과 큰 차이를 보였으며, 이는 KBS1을 제외한 3사 가운데 가장 높은 수치였다(〔그림 2-2〕 참조).

MBC(서울 기준)와 SBS의 오락 프로그램 편성 비율은 서로 유사하다. 전체시간대 기준 MBC의 오락 프로그램 편성비율은 43.3%로, SBS(40.2%)에 비해 약 3.1%p정도 높게 편성하였으며, 교양 프로그램 또한 MBC가 SBS보다 약 2.2%p 비율로 더 많이 편성한 것으로 나타났다(MBC 35.3%, SBS 33.1%). 반면, 보도 프로그램 편성비율에서 SBS가 26.7%, MBC가 21.4%로, SBS가 MBC에 비해 보도 프로그램을 5.3%p 높게 편성하였다(〔그림 2-2〕) 참조).

〔그림 2-2〕 지상파 3사 TV 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



2) 지역 KBS 텔레비전 채널의 분야별 프로그램 편성비율

KBS(한국방송공사)는 전국 단일 법인으로 서울본부 외에 전국 9개 주요 도시의 방송총국과 9개의 지역국으로 구성되어 있다(이하 지역방송국으로 통칭). 방송총국은 부산(1TV, 2TV), 창원(1TV, 2TV), 대구(1TV, 2TV), 광주(1TV, 2TV), 전주(1TV, 2TV), 대전(1TV, 2TV), 청주(1TV, 2TV), 춘천(1TV, 2TV), 제주(1TV, 2TV)로 구성되어 있다. 9개 지역국은 방송총국과 연계되어 있는 조직으로 울산(1TV, 2TV), 진주(1TV), 안동(1TV), 포항(1TV), 목포(1TV), 순천(1TV), 충주(1TV), 강릉(1TV, 2TV), 원주(1TV)로 구성되어 있다.

KBS 서울본부와 동일하게 KBS 지역방송국(방송총국 및 지역국)들 또한 종합편성을 원칙으로 하고 있다. KBS 지역방송국들의 반기별 오락 프로그램의 편성현황을 분석한 결과 모든 지역방송국들의 KBS 1TV와 KBS 2TV 채널은 매 반기 60% 이하의 오락 프로그램 편성비율 상한 규정을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2-3〉 참조).[3)]

〈표 2-3〉 KBS 지역 TV 채널의 반기별 전체시간대 분야별 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
경인 1TV	보도	30.1	28.5	29.3
	교양	62.4	64.0	63.2
	오락	7.5	7.5	7.5
부산 1TV	보도	29.7	28.9	29.3
	교양	62.7	63.6	63.1
	오락	7.6	7.5	7.5
부산 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
울산 1TV	보도	29.0	28.0	28.5
	교양	63.5	64.5	64.0
	오락	7.6	7.6	7.6

3) 지역방송국들 간에 오락 프로그램 편성비율은 대체로 비슷하게 나타났으며, 이는 KBS 서울본부의 편성 내용을 중심으로 방송하는 편성행태가 반영된 결과이다.

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
울산 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
창원 1TV	보도	29.7	28.9	29.3
	교양	62.7	63.6	63.2
	오락	7.6	7.5	7.5
창원 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
진주 1TV	보도	29.7	28.9	29.3
	교양	62.7	63.6	63.2
	오락	7.6	7.5	7.5
광주 1TV	보도	29.7	28.9	29.3
	교양	62.7	63.4	63.1
	오락	7.6	7.8	7.7
광주 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
목포 1TV	보도	29.7	28.9	29.3
	교양	62.7	63.4	63.1
	오락	7.6	7.8	7.7
순천 1TV	보도	29.7	28.9	29.3
	교양	62.7	63.4	63.1
	오락	7.6	7.8	7.7
춘천 1TV	보도	29.2	28.4	28.8
	교양	63.2	64.0	63.6
	오락	7.5	7.6	7.5
춘천 2TV	보도	6.9	7.6	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
강릉 1TV	보도	29.2	28.4	28.8
	교양	63.2	64.0	63.6
	오락	7.5	7.6	7.5

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
강릉 2TV	보도	6.9	7.6	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
원주 1TV	보도	29.2	28.4	28.8
	교양	63.2	64.0	63.6
	오락	7.5	7.6	7.5
대전 1TV	보도	29.8	28.9	29.3
	교양	62.6	63.5	63.1
	오락	7.7	7.6	7.6
대전 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
청주 1TV	보도	29.3	28.5	28.9
	교양	63.2	64.0	63.6
	오락	7.6	7.5	7.5
청주 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
충주 1TV	보도	29.3	28.5	28.9
	교양	63.2	64.0	63.6
	오락	7.6	7.5	7.5
대구 1TV	보도	29.3	28.5	28.9
	교양	63.2	64.1	63.6
	오락	7.6	7.5	7.5
대구 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
안동 1TV	보도	29.3	28.5	28.9
	교양	63.2	64.1	63.6
	오락	7.6	7.5	7.5
포항 1TV	보도	29.3	28.5	28.9
	교양	63.2	64.1	63.6
	오락	7.6	7.5	7.5
전주 1TV	보도	29.2	28.4	28.8
	교양	63.2	64.1	63.7
	오락	7.6	7.5	7.5
전주 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.5	57.3	57.4
제주 1TV	보도	29.3	28.5	28.9
	교양	63.2	64.0	63.6
	오락	7.5	7.5	7.5
제주 2TV	보도	6.9	7.7	7.3
	교양	35.7	35.1	35.4
	오락	57.4	57.3	57.4

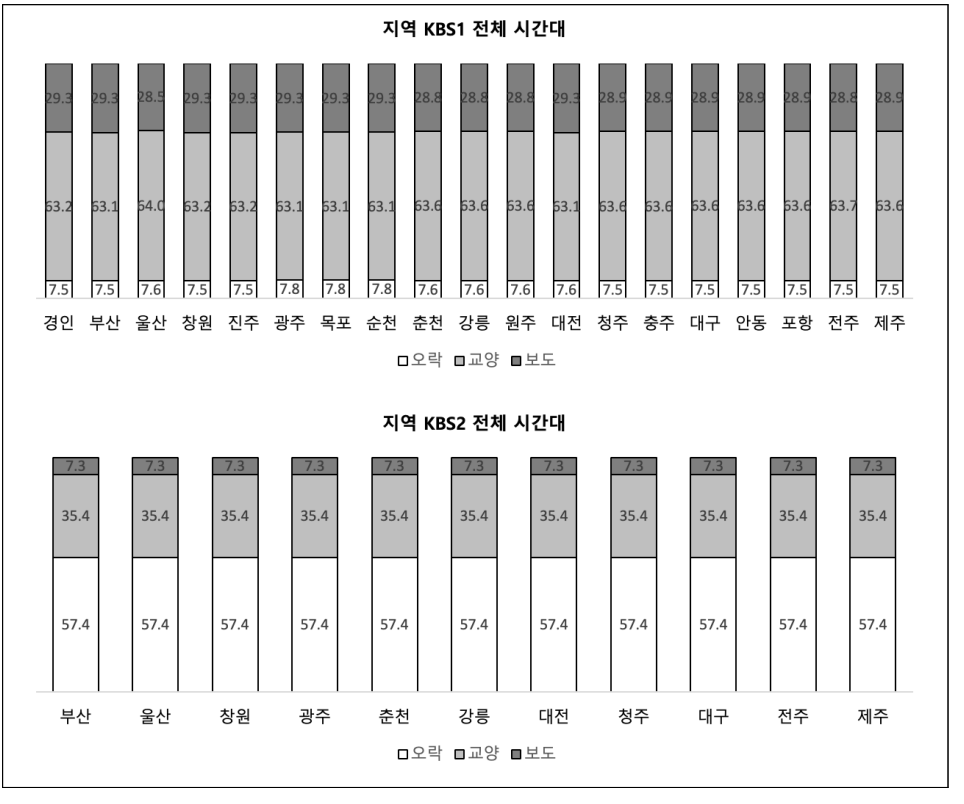
KBS 1TV와 KBS 2TV가 운영하는 KBS 지역방송국(지역총국 및 지역국)들의 연평균 분야별 프로그램 편성비율 분포 형태를 분석하였다(〔그림 2-3〕 참조). 지역방송국들 간에 편성비율은 대체로 비슷하게 나타났으며, 이는 KBS 서울본부의 편성 내용을 중심으로 방송하는 편성형태가 반영된 결과로 보인다.

〔그림 2-3〕은 KBS 지역방송국 TV 채널별 연평균 편성비율을 나타내는 것으로, KBS 1TV 오락 프로그램 연평균 편성비율은 7.5~7.7%의 범위를 보였으며, KBS 2TV는 57.4%의 일정한 비율로 나타났다. 이는 KBS 서울본부(KBS 1TV, KBS 1TV)의 오락 프로그램 연평균 편성비율(〔그림 2-2〕 참조)과 동일한 비율로, 지역 KBS 지역방송국 TV가 대체로 KBS 서울본부와 동일하게 오락 프로그램을 편성하고 있음을 드러낸다.

다음은 보도 프로그램의 연평균 편성비율을 분석한 결과이다. 지역 KBS 1TV의 보도 프로그램 편성비율은 28.5~29.3%, 지역 KBS 2TV는 7.6~7.7%로 비교적 일정한 편성비율을 보였다(〔그림 2-3〕 참조), 전년도에 이어, KBS 지역방송국(지역총국 및 지역국)들은 서울 본부와 동일한 편성양상을 드러냈다. KBS 1TV에서는 보도 프로그램과 교양 프로그램에, KBS 2TV에서는 오락 프로그램 편성에 주력하였다.

〔그림 2-3〕 지역 KBS TV 채널의 연평균 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)



다음으로 주시청시간대에 한정하여 지역 KBS 1TV와 2TV의 분야별 프로그램 편성비율을 분석하였다(〔그림 2-4〕 참조). 전체 시청시간대와 마찬가지로 주시청시간대에서도 지역 KBS 1TV와 2TV는 분야별 세부 비율에서 약간의 차이만 보일 뿐 대체로 비슷한 비율로

프로그램을 편성하였다. 지역 KBS 1TV와 2TV의 연평균 분야별 프로그램 편성형태 역시 서울본부의 구성비와 유사한 것으로 나타났다. 예를 들어, 지역 KBS 2TV의 연평균 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율은 82.1%로, 서울본부의 편성비율과 동일한 수치(82.1%)를 나타냈으며, 지역 KBS 1TV의 연평균 주시청시간대 오락 프로그램 편성 비율은 14.8~15.2%의 범위로 서울본부의 편성 비율(14.8%)과 유사한 구성비를 보였다. 또한 지역 KBS 2TV 채널은 모두 서울본부와 마찬가지로 상반기 0.4%, 하반기 1.9%의 편성비율을 나타내며, 오락 프로그램과 교양 프로그램에 비해 보도 프로그램을 적게 편성하였다(〔그림 2-2〕, 〔그림 2-3〕 참조).

아래 〈표 2-4〉는 지역 KBS TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 프로그램 편성비율 분포를 보여준다.

〈표 2-4〉 지역 KBS TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 프로그램 편성비율(2023년)

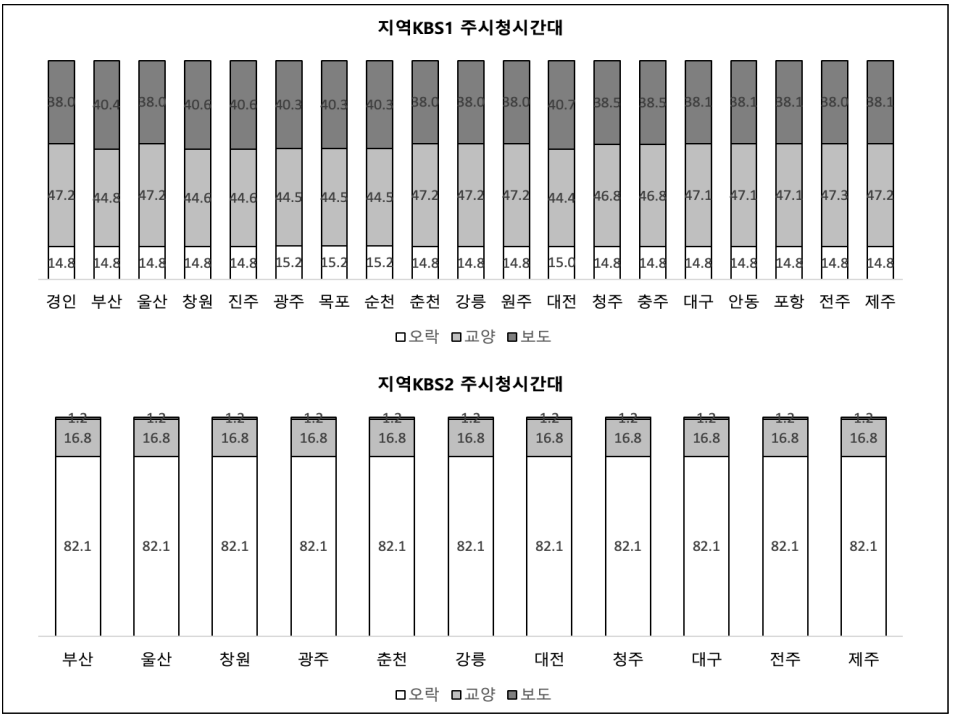
(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
경인 1TV	보도	37.4	38.6	38.0
	교양	47.8	46.7	47.2
	오락	14.8	14.8	14.8
부산 1TV	보도	40.1	40.7	40.4
	교양	45.1	44.5	44.8
	오락	14.8	14.8	14.8
부산 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1
울산 1TV	보도	37.5	38.6	38.0
	교양	47.8	46.7	47.2
	오락	14.8	14.8	14.8
울산 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1
창원 1TV	보도	40.1	41.1	40.6
	교양	45.1	44.2	44.6
	오락	14.8	14.8	14.8

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
창원 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1
진주 1TV	보도	40.1	41.1	40.6
	교양	45.1	44.2	44.6
	오락	14.8	14.8	14.8
광주 1TV	보도	39.8	40.9	40.3
	교양	45.4	43.6	44.5
	오락	14.9	15.6	15.2
광주 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1
목포 1TV	보도	39.8	40.9	40.3
	교양	45.4	43.6	44.5
	오락	14.9	15.6	15.2
순천 1TV	보도	39.8	40.9	40.3
	교양	45.4	43.6	44.5
	오락	14.9	15.6	15.2
춘천 1TV	보도	37.4	38.5	38.0
	교양	47.8	46.7	47.2
	오락	14.8	14.8	14.8
춘천 2TV	보도	0.39	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.7	82.4	82.1
강릉 1TV	보도	37.4	38.5	38.0
	교양	47.8	46.7	47.2
	오락	14.8	14.8	14.8
강릉 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.7	82.4	82.1
원주 1TV	보도	37.4	38.5	38.0
	교양	47.8	46.7	47.2
	오락	14.8	14.8	14.8
대전 1TV	보도	40.1	41.2	40.7
	교양	44.8	43.9	44.4
	오락	15.1	14.9	15.0

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
대전 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1
청주 1TV	보도	37.5	39.5	38.5
	교양	47.8	45.8	46.8
	오락	14.8	14.8	14.8
청주 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1
충주 1TV	보도	37.5	39.5	38.5
	교양	47.8	45.8	46.8
	오락	14.8	14.8	14.8
대구 1TV	보도	37.5	38.7	38.1
	교양	47.7	46.5	47.1
	오락	14.9	14.8	14.8
대구 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1
안동 1TV	보도	37.5	38.7	38.1
	교양	47.7	46.5	47.1
	오락	14.9	14.8	14.8
포항 1TV	보도	37.5	38.7	38.1
	교양	47.7	46.5	47.1
	오락	14.9	14.8	14.8
전주 1TV	보도	37.4	38.6	38.0
	교양	47.9	46.7	47.3
	오락	14.8	14.8	14.8
전주 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1
제주 1TV	보도	37.6	38.5	38.1
	교양	47.7	46.7	47.2
	오락	14.7	14.8	14.8
제주 2TV	보도	0.4	1.9	1.2
	교양	17.9	15.7	16.8
	오락	81.8	82.4	82.1

〔그림 2-4〕 지역 KBS TV 채널의 연평균 주시청시간대 분야별 편성비율(2023년)



3) 지역 MBC 텔레비전 채널의 분야별 프로그램 편성비율

MBC는 KBS처럼 단일법인 아래의 지국 형태가 아닌 독립법인 형태의 지역계열사로 되어있다. 지상파 방송국들은 문화방송(서울 본사) 외에 부산, 울산, 경남(창원, 진주), 대구, 안동, 포항, 광주, 목포, 여수, 전주, 대전, 충북(청주, 충주), 춘천, 강원영동(강릉, 삼척) 원주, 제주 등 16개 지역 지상파 방송사의 19개 지역 계열사로 구성된다.[4] 이들 지역 MBC 지상파 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 지역 MBC TV 채널은 반기별 오락 분야 프로그램을 60% 이하로 편성하여 법적 편성 상한 기준에 부합한 것으로 나타났다(〈표 2-5〉 참조).

4) MBC 경남은 창원과 진주 방송국을, 2015년 1월 출범한 MBC 강원영동은 이전의 강릉과 삼척 방송국을, 2016년 출범한 MBC 충북은 이전의 청주와 충주 방송국을 같이 운영하기 때문에 법인 수와 방송국 수가 다르다.

〈표 2-5〉 지역 MBC TV 채널의 반기별 전체시간대 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)

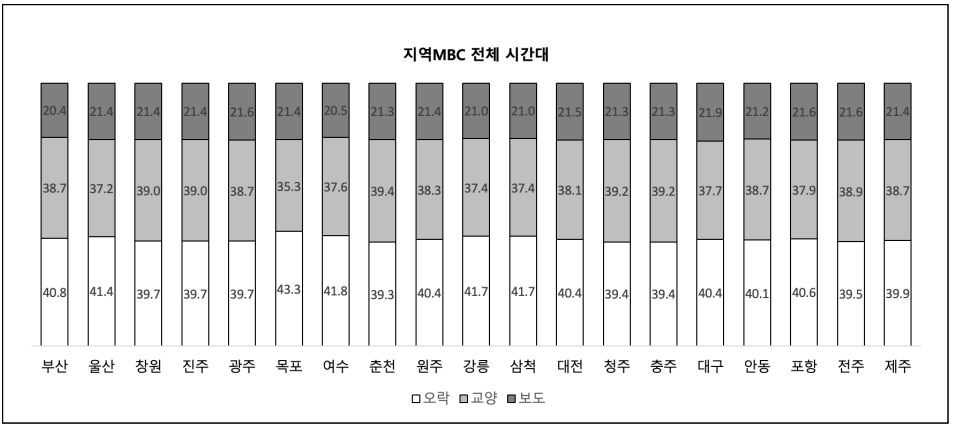
방송사	분야	상반기	하반기	연평균
부산	보도	20.0	20.9	20.4
	교양	39.2	38.3	38.7
	오락	40.8	40.8	40.8
울산	보도	21.4	21.4	21.4
	교양	38.2	36.1	37.2
	오락	40.3	42.5	41.4
경남(창원)	보도	21.4	21.3	21.4
	교양	39.1	38.8	39.0
	오락	39.5	39.9	39.7
경남(진주)	보도	21.4	21.3	21.4
	교양	39.1	38.8	39.0
	오락	39.5	39.9	39.7
광주	보도	21.1	22.0	21.6
	교양	39.3	38.2	38.7
	오락	39.6	39.8	39.7
목포	보도	21.4	21.3	21.4
	교양	35.9	34.8	35.3
	오락	42.7	43.9	43.3
여수	보도	20.3	20.8	20.5
	교양	38.2	37.1	37.6
	오락	41.6	42.1	41.8
춘천	보도	21.4	21.2	21.3
	교양	40.0	38.7	39.4
	오락	38.6	40.0	39.3
원주	보도	21.4	21.3	21.4
	교양	38.9	37.7	38.3
	오락	39.7	41.0	40.4
영동(강릉)	보도	20.7	21.2	21.0
	교양	37.8	37.0	37.4
	오락	41.5	41.8	41.7

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
영동(삼척)	보도	20.7	21.2	21.0
	교양	37.8	37.0	37.4
	오락	41.5	41.8	41.7
대전	보도	21.8	21.2	21.5
	교양	38.5	37.7	38.1
	오락	39.7	41.2	40.4
충북(청주)	보도	21.4	21.2	21.3
	교양	40.4	38.1	39.2
	오락	38.2	40.7	39.4
충북(충주)	보도	21.4	21.2	21.3
	교양	40.4	38.1	39.2
	오락	38.2	40.7	39.4
대구	보도	22.0	21.9	21.9
	교양	38.4	37.0	37.7
	오락	39.6	41.2	40.4
안동	보도	21.3	21.2	21.2
	교양	39.2	38.2	38.7
	오락	39.6	40.6	40.1
포항	보도	21.4	21.8	21.6
	교양	38.4	37.3	37.9
	오락	40.3	40.9	40.6
전주	보도	21.4	21.8	21.6
	교양	39.0	38.9	38.9
	오락	39.6	39.4	39.5
제주	보도	21.4	21.3	21.4
	교양	39.3	38.1	38.7
	오락	39.3	40.5	39.9

지역 MBC TV 채널의 연평균 전체시간대 오락 프로그램의 편성비율은 39.3~43.3%의 범위를 보였다(〔그림 2-5〕 참조).

〔그림 2-5〕 지역 MBC TV 채널의 연평균 전체시간대 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)



지역 MBC TV 채널의 연평균 주시청시간대 오락 프로그램 편성비율은 전체 시간대에 비해 다소 높은 범위인 56.5~57.4%를 나타냈다(〔그림 2-6〕 참조). 또한 지역 KBS TV 채널과 유사하게 지역 MBC TV 채널 역시 서울 본사(56.5%)와 비슷한 편성비율을 보였다.

〈표 2-6〉 지역 MBC TV 채널의 반기별 주시청시간대 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)

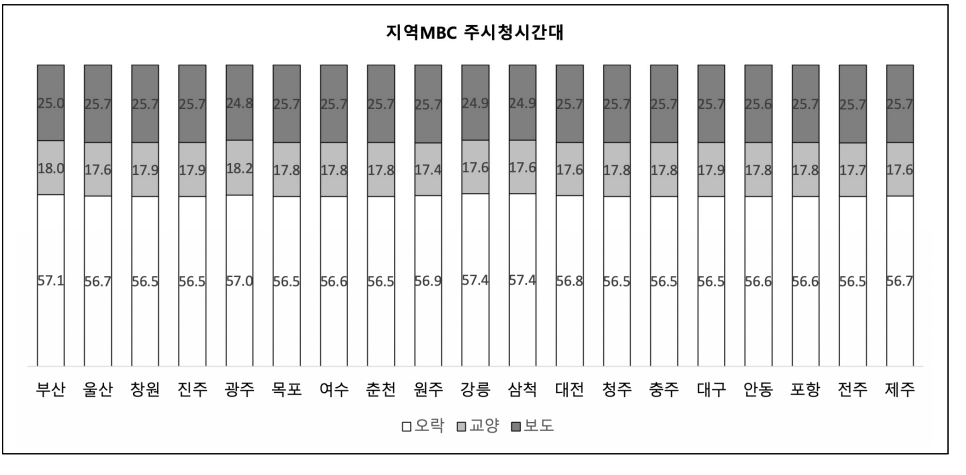
방송사	분야	상반기	하반기	연평균
부산	보도	24.3	25.7	25.0
	교양	17.8	18.1	18.0
	오락	58.0	56.2	57.1
울산	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.8	17.4	17.6
	오락	56.5	56.9	56.7

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
경남(창원)	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.8	17.9	17.9
	오락	56.6	56.4	56.5
경남(진주)	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.8	17.9	17.9
	오락	56.6	56.4	56.5
광주	보도	23.9	25.8	24.8
	교양	17.9	18.5	18.2
	오락	58.2	55.7	57.0
목포	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.7	17.9	17.8
	오락	56.7	56.4	56.5
여수	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.7	17.8	17.8
	오락	56.7	56.5	56.6
춘천	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.7	17.9	17.8
	오락	56.7	56.4	56.5
원주	보도	25.7	25.7	25.7
	교양	17.4	17.5	17.4
	오락	56.9	56.8	56.9
강릉	보도	24.2	25.7	24.9
	교양	17.7	17.6	17.6
	오락	58.1	56.7	57.4
삼척	보도	24.2	25.7	24.9
	교양	17.7	17.6	17.6
	오락	58.1	56.7	57.4
대전	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.4	17.8	17.6
	오락	57.0	56.6	56.8
충북(청주)	보도	25.6	25.8	25.7
	교양	17.9	17.7	17.8
	오락	56.5	56.5	56.5
충북(충주)	보도	25.6	25.8	25.7
	교양	17.9	17.7	17.8
	오락	56.5	56.5	56.5

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
대구	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.9	17.9	17.9
	오락	56.6	56.4	56.5
안동	보도	25.6	25.7	25.6
	교양	17.7	17.9	17.8
	오락	56.7	56.4	56.6
포항	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.7	17.9	17.8
	오락	56.7	56.4	56.6
전주	보도	25.9	25.6	25.7
	교양	17.5	17.9	17.7
	오락	56.7	56.4	56.5
제주	보도	25.6	25.7	25.7
	교양	17.8	17.4	17.6
	오락	56.6	56.9	56.7

〔그림 2-6〕 지역 MBC TV 채널의 연평균 주시청시간대 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)



나. 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 분야별 프로그램 편성 현황

1) 지상파 3사 종합편성 라디오 채널(서울)의 분야별 프로그램 편성비율

KBS 서울본부, MBC 본사, SBS가 운영하는 라디오 채널 중 종합편성 채널로는 KBS의 6개 채널(1라디오 AM/표준FM, 2라디오 AM/표준FM: 해피FM, 3라디오 AM/표준FM: 사랑의 소리 FM, KBS 한민족 제1방송, KBS 한민족 제2방송, KBS World Radio), MBC의 1개 채널(MBC AM/표준FM), 그리고 SBS의 1개 채널(SBS AM/표준FM)이 존재한다.[5)]

해당 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 모든 채널이 오락 프로그램 편성비율을 60% 이하로 편성하고 있었다(〈표 2-7〉 참조).

〈표 2-7〉 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 매 반기 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
KBS 1R AM/표준 FM	보도	42.8	42.6	42.7
	교양	52.9	53.1	53.0
	오락	4.4	4.3	4.3
KBS 2R AM/표준 FM	보도	0.3	0.2	0.3
	교양	64.6	58.7	61.6
	오락	35.1	41.1	38.1
KBS 3R AM/표준 FM	보도	8.4	8.1	8.3
	교양	68.4	68.7	68.6
	오락	23.2	23.2	23.2
KBS 한민족 제1방송	보도	11.4	11.3	11.3
	교양	63.6	63.7	63.6
	오락	25.0	25.0	25.0
KBS 한민족 제2방송	보도	5.9	5.8	5.8
	교양	58.4	58.5	58.4
	오락	35.7	35.7	35.7

5) KBS 한민족 방송은 2021년 6월부터 허가사항에 따라, 제1방송과 제2방송으로 분할되었다. KBS 서울본부는 6개의 종합편성 라디오 채널 이외에 3개 전문편성 라디오 채널(KBS 1FM, KBS 2FM, 국방FM)을 운영하고 있으며, MBC 본사와 SBS도 각각 1개씩의 전문편성 FM 채널(MBC의 FM4U와 SBS의 파워FM)을 운영한다.

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
KBS World Radio	보도	23.4	23.4	23.4
	교양	48.1	47.4	47.7
	오락	28.6	29.1	28.9
MBC AM/표준 FM	보도	7.8	7.8	7.8
	교양	77.7	77.7	77.7
	오락	14.5	14.4	14.5
SBS AM/표준 FM	보도	11.5	11.6	11.5
	교양	33.9	36.5	35.2
	오락	54.6	52.0	53.3

주: '21년 6월부터 KBS 한민족방송이 한민족 제1방송과 한민족 제2방송으로 분할되어 방송됨

상기한 라디오 채널들은 종합편성을 하지만 채널별로 차별화된 편성전략을 취하고 있다. 이에 따라 연평균 분야별 프로그램 편성비율 분포를 살펴보면 채널 간 상당한 편차가 나타났다(〔그림 2-7〕 참조). 앞서 살펴본 지상파 텔레비전 방송은 지상파 3사의 채널(서울 기준) 중에서 KBS가 운영하는 2개 채널의 보완 편성 경향이 뚜렷했으며, KBS 2TV, MBC, SBS 역시 서로 유사한 편성형태를 취하고 있었다. 그러나 라디오 방송은 종합편성과 전문편성 채널을 포함한 2개 이상의 라디오 채널을 지상파 3사가 운영하고 있어서 채널별 편성 차별화 유인이 좀 더 강하게 작용하고 있다(주성희 외, 2016).

KBS의 3개 종합편성 라디오 채널은 분야별 프로그램의 편성비율이 채널에 따라 다소 다르게 나타난다. KBS 1 라디오 채널은 교양 프로그램과 보도 프로그램을 다수 편성하고 있다. 〔그림 2-7〕에서 볼 수 있듯이 교양 프로그램과 보도 프로그램에 대한 연평균 편성비율은 각각 53%, 42.7%로 나타났다. 반면 오락 프로그램의 연평균 편성비율은 4.3%로 8개 채널 중 가장 낮은 비율을 기록했다. 이에 반해 KBS 2라디오 채널(해피FM)은 가족・오락 채널을 표방함에 따라 보도 프로그램의 편성은 0.3%에 불과하지만, 교양 프로그램과 오락 프로그램은 연평균 편성비율이 각각 61.6%, 38.1%에 이르고 있다. 오락 프로그램 편성비율이 가장 높은 방송국은 SBS AM/표준FM으로 53.3%로 가장 높은 수치를 보였다.

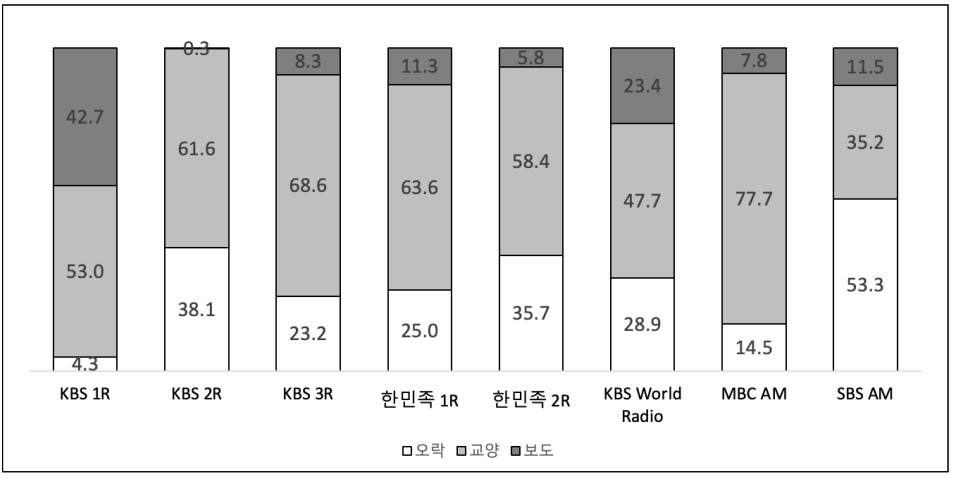
KBS 3라디오 채널(사랑의 소리 FM)은 장애인과 소외 계층 대상으로 한 방송채널로, 예년과 같이 전체 방송시간의 60% 이상을 교양 프로그램으로 편성하였다(68.6%). 이는 MBC AM/표준FM채널 다음으로 높은 편성비율이었다. 보도 비율은 8.3%로, 전년도(8.4%)와 유사

한 수준이다. KBS World Radio는 한국의 국내 소식을 다방면으로 해외에 제공하는 다국어 국제방송 채널로, 연평균 47.7%의 높은 비율로 교양 프로그램을 편성하였다. 반면, 오락 프로그램 편성비율은 연평균 28.9%의 다소 낮은 비율을 보였다(〔그림 2-7〕 참조).

MBC AM/표준FM 채널과 SBS AM/표준FM 채널은 두 채널 모두 다양한 연령층을 겨냥한 프로그램을 다수 편성한 것으로 나타났다. 다만 분야별 프로그램의 편성비율은 차이가 있었다. MBC AM/표준FM 채널은 교양 프로그램의 연평균 편성비율이 77.7%에 달하여 보도 프로그램(7.8%)과 오락 프로그램(14.5%)의 연평균 편성비율에 비해 월등히 높게 나타났다. SBS AM/표준FM 채널은 연평균 오락 프로그램의 편성비율이 53.3%로 전체 채널 중 오락 프로그램 편성비율이 가장 높았으며, 이는 전년도(46.6%)보다 다소 높은 수치였다. 보도 프로그램 편성 비율 또한 11.5%로 KBS 1라디오 채널, KBS World Radio 채널 다음으로 높은 보도 프로그램 편성비율을 보였다. 구체적인 편성내용과는 별개로, 분야별 프로그램 편성비율만을 두고 볼 때 MBC AM/표준FM의 편성행태는 KBS 3라디오 채널과, SBS AM/표준FM의 편성행태는 KBS World Radio 채널과 유사한 편성행태를 보였다(〔그림 2-7〕 참조).

〔그림 2-7〕 지상파 3사 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)



2) 지역 KBS·지역 MBC 종합편성 라디오 채널의 분야별 프로그램 편성비율

KBS와 MBC는 지역 종합편성 채널(또는 방송국)에서도 종합편성 라디오 채널을 운영하고 있다. 2023년 KBS 1라디오 채널은 19개 지역 라디오 채널(부산, 울산, 창원, 진주, 광주, 목포, 순천, 춘천, 강릉, 원주, 대전, 청주, 충주, 대구, 안동, 울릉, 포항, 전주, 제주)에서, KBS 2라디오 채널은 9개 지역 KBS 라디오 채널(부산, 창원, 광주, 춘천, 대전, 청주, 대구, 전주, 제주)에서 운영되고 있다. MBC는 16개 지역계열사의 19개 방송국이 각각 MBC AM 채널을 운영한다.[6)]

이들 라디오 채널에 대하여 반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, KBS의 지역 라디오 채널과 MBC의 지역 라디오 채널 모두 오락 프로그램 편성비율 상한 규정(60% 이하)을 준수한 것으로 확인되었다(〈표 2-8〉 참조).

〈표 2-8〉 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 채널의 오락 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사 및 채널			상반기	하반기	연평균
KBS	부산	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	32.7	41.1	36.9
	울산	1R	4.4	4.3	4.4
	창원	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	33.1	43.7	38.4
	진주	1R	4.4	4.3	4.4
	대구	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	44.2	50.2	47.2
	안동	1R	4.4	4.3	4.4
	울릉	1R	4.4	4.3	4.4
	포항	1R	4.4	4.3	4.4
	광주	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	42.6	50.1	46.4
	목포	1R	4.4	4.3	4.4
	순천	1R	4.4	4.3	4.4

6) KBS 지역방송국들과 MBC 지역계열사들은 이외에도 방송국마다 1개씩 전문편성 라디오 FM 채널을 운영하고 있다. 이들 전문편성 라디오 채널의 편성 현황은 전문편성 채널의 주된 분야 편성 부분에서 다룬다.

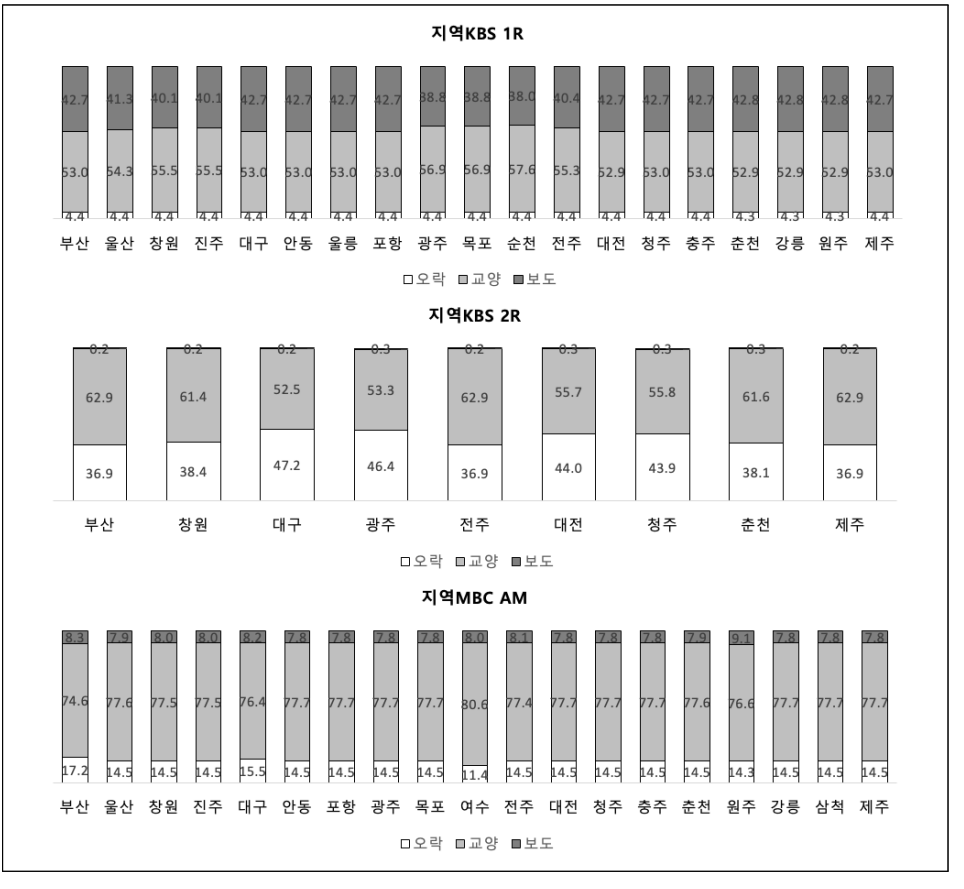
방송사 및 채널			상반기	하반기	연평균
	전주	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	32.7	41.4	36.9
	대전	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	41.0	47.0	44.0
	청주	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	40.9	46.9	43.9
	충주	1R	4.4	4.3	4.4
	춘천	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	35.1	41.1	38.1
	강릉	1R	4.4	4.3	4.4
	원주	1R	4.4	4.3	4.4
	제주	1R	4.4	4.3	4.4
		2R	32.7	41.1	36.9
MBC	부산	AM	17.0	17.3	17.2
	울산	AM	14.5	14.5	14.5
	경남(창원)	AM	14.5	14.5	14.5
	경남(진주)	AM	14.5	14.5	14.5
	대구	AM	16.1	14.8	15.5
	안동	AM	14.5	14.5	14.5
	포항	AM	14.5	14.5	14.5
	광주	AM	14.5	14.5	14.5
	목포	AM	14.5	14.5	14.5
	여수	AM	12.0	10.8	11.4
	전주	AM	14.6	14.5	14.5
	대전	AM	14.5	14.5	14.5
	충북(청주)	AM	14.5	14.5	14.5
	충북(충주)	AM	14.5	14.5	14.5
	춘천	AM	14.5	14.5	14.5
	원주	AM	14.5	14.5	14.5
	강원 영동(강릉)	AM	14.5	14.4	14.4
	강원 영동(삼척)	AM	14.5	14.5	14.5
	제주	AM	14.5	14.5	14.5

〔그림 2-8〕은 KBS 지역 TV 채널(또는 방송국)과 MBC 지역 TV 채널(또는 방송국)이 운영하는 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율을 보여준다. 지역 KBS

1라디오, KBS 2라디오 채널, 그리고 지역 MBC AM 채널의 분야별 프로그램 구성비는 각각 KBS 서울본부와 MBC 본사 채널의 분야별 프로그램 구성비와 큰 차이를 보이지 않았다. 예를 들어 오락 프로그램의 연평균 편성비율을 살펴보면, 지역 KBS 1라디오 채널들은 4.4%, 지역 KBS 2라디오 채널들은 36.9~47.2%, 지역 MBC AM 채널들은 11.4~17.2%의 오락 프로그램 편성비율을 보였다. 이러한 편성비율은 KBS 서울본부 및 MBC 본사가 직영하는 3개 채널의 연평균 오락 프로그램 편성비율(KBS 1라디오 4.3%, KBS 2라디오 38.1%, MBC AM/표준FM 14.5%)과 거의 같거나 이를 전후하는 편성비율이다(〔그림 2-7〕 참조).

〔그림 2-8〕 지역 KBS, MBC 종합편성 라디오 채널의 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)



3. 지역민방 방송의 분야별 프로그램 편성 현황

가. 지역민방 TV 방송의 분야별 프로그램 편성 현황

종합편성을 행하는 지상파 지역민영 방송사(이하 지역민방)도 지상파 3사와 동일하게 매 반기 오락 프로그램의 편성비율 상한 규정(60% 이하)을 준수하여야 한다. 해당 규정이 적용되는 텔레비전 지역민방 채널은 OBS경인TV(구 경인방송), 케이엔엔(KNN), 티비씨(TBC), 광주방송, 대전방송, 전주방송, 청주방송, 울산방송, 지원(G1), 제주방송이다. 지역민방 텔레비전 10개 채널에 대하여 2023년 반기별 프로그램 편성 자료를 분석한 결과, 분석한 채널 모두 오락 프로그램 편성비율의 상한 규정(60% 이하)을 준수하였다(〈표 2−9〉 참조).

지역민방 텔레비전 채널의 연평균 전체시간대 오락 프로그램 편성비율을 분석하였다. 대전방송(TJB)이 가장 높은 오락 편성비율을 보였던 전년도(37.2%)와 달리, 2023년에는 티비씨(TBC)가 가장 높은 오락 편성비율을 보인 것으로 나타났다(34.8%). 한편 지역민방의 오락 프로그램 편성비율은 민영방송사 네트워크에 속하지 않은 OBS경인TV(구 경인방송)가 19.3%로 가장 낮았으며, 이는 전년도(24.7%)에 비해서 소폭 하락한 수치였다.

〈표 2−9〉 지역민방 TV 채널의 전체시간대 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
OBS 경인 TV	보도	19.7	17.8	18.7
	교양	59.9	64.0	61.9
	오락	20.4	18.3	19.3
케이엔엔 (KNN)	보도	27.5	27.5	27.5
	교양	38.9	41.1	40.0
	오락	33.6	31.5	32.5
티비씨 (TBC)	보도	25.4	26.3	25.9
	교양	38.8	39.9	39.4
	오락	35.7	33.8	34.8
광주 방송 (KBC)	보도	33.7	32.4	33.0
	교양	33.1	35.0	34.1
	오락	33.2	32.6	32.9

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
대전 방송 (TJB)	보도	27.8	27.7	27.7
	교양	36.5	39.4	38.0
	오락	35.7	32.9	34.3
전주 방송 (JTV)	보도	28.5	29.5	29.0
	교양	38.9	38.2	38.5
	오락	32.6	32.3	32.5
청주 방송 (CJB)	보도	27.5	28.2	27.8
	교양	38.4	37.7	38.1
	오락	34.1	34.1	34.1
울산 방송 (UBC)	보도	27.2	27.3	27.3
	교양	40.1	40.5	40.3
	오락	32.7	32.2	32.4
강원 민방 (GTI)	보도	27.8	27.8	27.8
	교양	37.1	38.6	37.8
	오락	35.1	33.6	34.4
제주 방송 (JIBS)	보도	17.2	20.1	18.6
	교양	49.0	48.3	48.6
	오락	33.8	31.7	32.8

지역민방 TV 채널에 대하여 연평균 분야별 프로그램 편성비율을 전체 방송시간 기준 및 주시청시간대 기준으로 구분하여 〔그림 2-9〕로 정리하였다. OBS경인TV는 예년과 마찬가지로 여타 지역민방사들과 차별화되는 편성행태를 보이고 있었다. OBS경인TV는 전체시간대(상반기 59.9%, 하반기 64%)에서는 물론이고 주시청시간대(상반기 43.3%. 하반기 49.2%)에서도 교양 프로그램의 편성비율이 지역민방 중 매우 높게 나타났다.

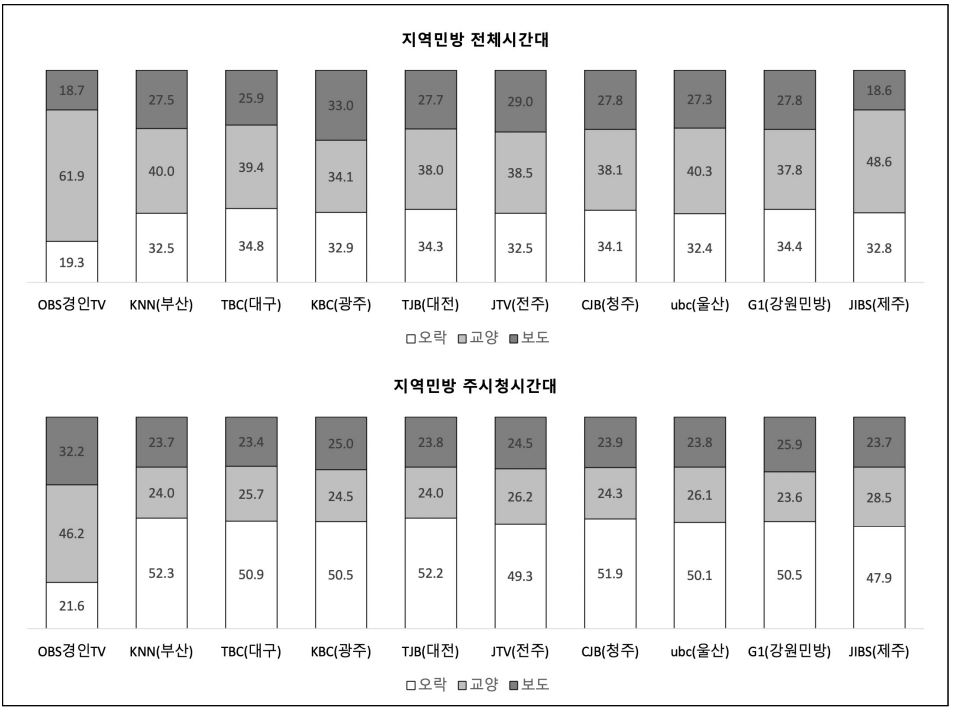
OBS경인TV는 2023년 연평균 전체시간대 교양 프로그램의 편성비율이 61.9%를 기록했다. 이는 KBS 1TV의 연평균 교양 프로그램 편성비율(63.7%)에 이어 두 번째로 높은 편성비율이다. 한편 주시청시간대에도 OBS경인TV의 연평균 교양 프로그램의 편성비율(46.2%)은 KBS 1TV(47.1%)을 제외한 나머지 지상파 3사의 TV 채널보다도 높은 수준으로 교양 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〔그림 2-2〕 참조).

반면 OBS경인TV의 연평균 오락 프로그램의 편성비율은 전체시간대는 상반기 20.4%,

하반기 18.3%로, 주시청시간대는 상반기 24.7%, 하반기 18.5%로 다른 지역 민방의 오락 프로그램의 편성비율에 비해 낮은 비율을 보였다. OBS경인TV를 제외한 여타 9개 지역 민방은 주시청시간대의 오락 프로그램 편성비율이 연평균 47.9~52.3%에 달하며, 주시청시간대에 오락 프로그램이 편중되는 경향을 보였다(2022년 연평균 32.6~56.8%) 이러한 경향은 상술한 MBC와 SBS의 편성행태와 유사하다.

〔그림 2-9〕 지역민방 TV 채널의 연평균 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)



〈표 2-10〉은 2023년 지역민방의 반기별 주시청시간대 분야별 프로그램의 편성비율을 보여준다.

〈표 2－10〉 지역민방 TV 채널의 주시청시간대 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	분야	상반기	하반기	연평균
OBS 경인 TV	보도	32.0	32.3	32.2
	교양	43.3	49.2	46.2
	오락	24.7	18.5	21.6
케이엔엔 (KNN)	보도	23.5	23.9	23.7
	교양	24.2	23.8	24.0
	오락	52.3	52.3	52.3
티비씨 (TBC)	보도	23.5	23.3	23.4
	교양	26.7	24.7	25.7
	오락	49.8	52.0	50.9
광주 방송 (KBC)	보도	26.1	24.0	25.0
	교양	24.0	24.9	24.5
	오락	49.9	51.1	50.5
대전 방송 (TJB)	보도	23.6	24.0	23.8
	교양	24.0	24.0	24.0
	오락	52.4	52.0	52.2
전주 방송 (JTV)	보도	24.1	25.0	24.5
	교양	28.0	24.4	26.2
	오락	48.0	50.6	49.3
청주 방송 (CJB)	보도	23.6	24.2	23.9
	교양	24.6	23.9	24.3
	오락	51.8	51.9	51.9
울산 방송 (UBC)	보도	23.5	24.1	23.8
	교양	26.8	25.5	26.1
	오락	49.8	50.5	50.1
강원 민방 (GTI)	보도	25.8	26.1	25.9
	교양	24.4	22.7	23.6
	오락	49.8	51.2	50.5
제주 방송 (JIBS)	보도	23.5	23.9	23.7
	교양	28.8	28.2	28.5
	오락	47.8	48.0	47.9

나. 지역민방 라디오 방송의 분야별 프로그램 편성 현황

현재 종합편성을 행하는 지역민방 라디오 방송은 KNN(부산)이 운영하는 2FM, OBS 경인방송에서 운영하는 FM 2가지이다. KNN 2FM 채널은 SBS 종합편성 라디오 채널인 러브FM을 수중계하고 있다. 2023년 오락 프로그램 편성비율을 확인해 본 결과, KNN 2FM은 상반기 38.5%, 하반기 33.3% 오락 프로그램을 편성했고, OBS FM은 상반기 48.1%, 하반기 40.8% 오락 프로그램을 편성했다 〈표 2-11〉 참조).

〈표 2-11〉 지역민방 라디오 방송의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	채널명	상반기	하반기	연평균	편성 상한 비율
케이엔엔 KNN	2FM	38.5	33.3	35.9	반기별 60% 이하
OBS	FM	48.1[7]	40.8	43.2	

4. 지상파 DMB 종합편성 채널의 분야별 프로그램 편성 현황

2021년 방송법 시행령 개정[8]으로 지상파 DMB는 오락 프로그램 편성 비율 제한 규제의 적용 대상에서 제외되었다. 비록 규제 대상은 아니지만, 다른 방송사업자와의 비교와 데이터 축적을 위해 이 섹션에서는 지상파 DMB의 분야별 프로그램 편성 현황을 함께 제공한다. 2023년 현재 운영되고 있는 지상파 DMB 채널 중 종합편성 채널은 17개 방송사업자의 24개 텔레비전 DMB 채널이 있다.

가. 지상파 DMB 종합편성 텔레비전 채널의 분야별 프로그램 편성비율

지상파 DMB가 제공하는 17개 종합편성 DMB 방송사업자(서울 및 기타 지역 포함)의 채널을 대상으로 반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석하였다. 분석 결과 모든 채널이 다른 종합편성

7) OBS FM 방송은 2023년 3월 30일에 개국했다. 따라서 상반기 편성비율은 4월 ~ 6월의 편성 실적의 평균이다.

8) 2021년 4월 30일 방송법 시행령 개정 및 2022년 1월 1일 시행에 따라, 방송법 시행령 제50조 제1항의 제1호에 "다만, 지상파이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60이상으로 편성할 수 있다"의 단서조항이 추가됐다. 이에 따라 개정안 시행 이후, 종합편성을 하는 DMB방송은 오락 프로그램 편성 비율 규제의 적용을 받지 않는다.

을 하는 지상파 방송의 상한선인 매반기 60%를 넘지 않는 수준으로 오락 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-12〉 참조).

MBC 지역계열사들이 운영하는 6개 종합편성 DMB 텔레비전 채널(부산 MBC, 광주 MBC, 춘천 MBC, 대전 MBC, 안동 MBC, 제주 MBC)의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 39.7~40.5% 범위를 보였으며, 지역민방이 운영하는 종합편성 DMB 텔레비전 채널들(KNN ⓤ, KBC ⓤ, Hi-G1, TJB ⓤ, TBC ⓤ, JIBS ⓤ DMB1)의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 32.7~35.8%로 나타났다(〈표 2-12〉 바탕으로 계산). 반면 YTN의 DMB 채널을 함께 재전송하는 채널(YTN DMB의 mYTN, 케이엔엔(KNN)의 ubc ⓤ, 대전방송의 YTN 수중계 채널, 광주방송의 mYTN, 지원(G1)의 GO-G1, 티비씨(TBC)의 mYTN, 제주방송의 DMB2)은 오락 프로그램을 상대적으로 적게 편성하거나 아예 편성하지 않았다.

〈표 2-12〉 지상파 DMB 종합편성 TV 방송 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

지상파 DMB 채널		상반기	하반기	연평균
KBS	U KBS 스타	7.5	7.5	7.5
	U KBS 하트	57.5	57.3	57.4
MBC	MY MBC TV	42.7	43.9	43.3
SBS	SBS ⓤ TV	41.8	39.7	40.8
YTN DMB	mYTN	0.0	0.0	0.0
한국DMB[9]	QBS	11.1	6.1	8.8
부산 MBC	MY MBC TV	40.2	40.3	40.3
광주 MBC	MY MBC TV	39.9	40.1	40.0
춘천 MBC	MY MBC TV	39.4	40.0	39.7
대전 MBC	MY MBC TV	38.8	40.9	39.9
안동 MBC	MY MBC TV	39.9	41.1	40.5
제주 MBC	MY MBC TV	40.4	39.8	40.1
KNN	KNN ⓤ	33.8	31.6	32.7
	ubc ⓤ (ytn 수중계)	2.8	2.9	2.8

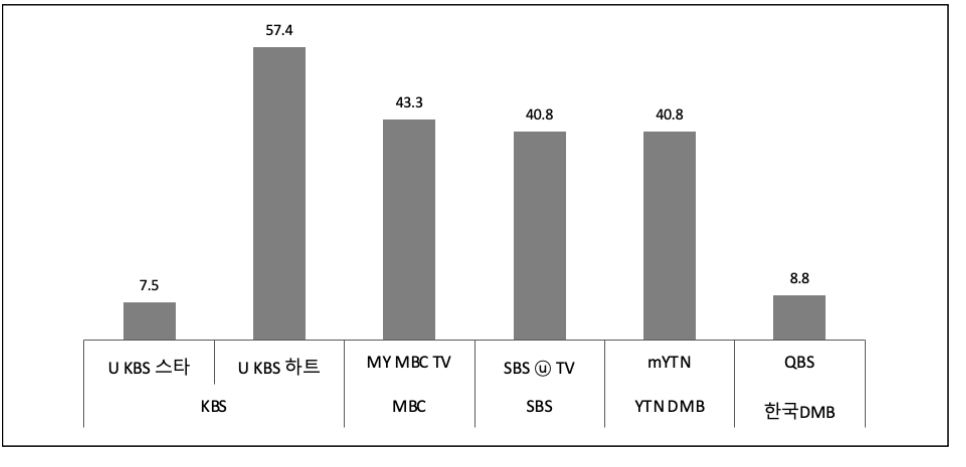
9) 한국DMB는 2023년 12월 28일부로 방송을 종료함에 따라, 해당 채널의 하반기 데이터는 7~11월, 연평균 데이터는 1~11월까지 평균값이다.

지상파 DMB 채널		상반기	하반기	연평균
KBC	KBC ⓤ	32.6	36.9	34.8
	mYTN	3.6	3.6	3.6
G1	Hi-G1	35.2	33.7	34.4
	GO-G1	0.0	0.0	0.0
TJB	TJB ⓤ	37.6	34.0	35.8
	YTN CJB ⓤ	5.6	5.8	5.7
TBC	TBC ⓤ	35.7	34.5	35.1
	mYTN	0.0	0.0	0.0
JIBS	JIBS ⓤ DMB1	35.0	32.8	33.9
	JIBS ⓤ DMB2	0.0	0.0	0.0

〔그림 2-10〕은 종합편성을 행하는 주요 지상파 DMB 텔레비전 채널의 연평균 오락 프로그램의 편성비율을 분석한 결과이다. 지상파 3사가 제공하는 종합편성 DMB 텔레비전 채널(U KBS 하트, MY MBC TV, SBS ⓤ TV)의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 U KBS 스타(7.5%)를 제외하고 지상파 텔레비전 채널(KBS 2TV, MBC, SBS)에 상응하는 편성비율을 기록하였다(40.8~57.4%). 반면 한국 DMB의 QBS(8.8%)의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 지상파 3사가 운영하는 주요 DMB 텔레비전 채널보다 상대적으로 낮은 수준의 편성비율을 기록하였다(〔그림 2-10〕 참조).

〔그림 2-10〕 주요 지상파 DMB TV 채널의 연평균 오락 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



5. 개별 라디오 방송사업자의 종합편성 채널 편성 현황

종합편성을 제공하는 라디오 방송사업자 중에는 텔레비전 방송과 라디오 방송을 모두 제공하는 방송사업자(지상파 중앙 방송사와 지역 MBC, KNN, OBS 등)와 라디오 방송만을 제공하는 개별 방송사업자(이하 개별 라디오 방송사업자)들이 존재한다. 개별 라디오 방송사업자들 중 종합편성 라디오 채널로는 TBS e-FM, 광주영어방송, 부산영어방송이 있다.[10] 해당 채널의 2023년도 반기별 오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 분석 채널 모두 법정 상한 규정(전체 방송시간의 60% 이하)을 준수하였다(〈표 2-13〉).

2023년 TBS 서울교통 e-FM의 반기별 오락 프로그램 편성비율은 상반기 36%, 하반기 33.9%로 나타났다. 광주영어방송(FM)은 상반기 40.9%, 하반기 44.3%의 편성 비율로 오락 프로그램을 편성하였다. 반면 부산영어방송(eFM)은 상반기 7.1%, 하반기 18%의 편성비율을 나타내며 비교적 낮은 수치를 보였다.

〈표 2-13〉 개별 종합편성 라디오 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

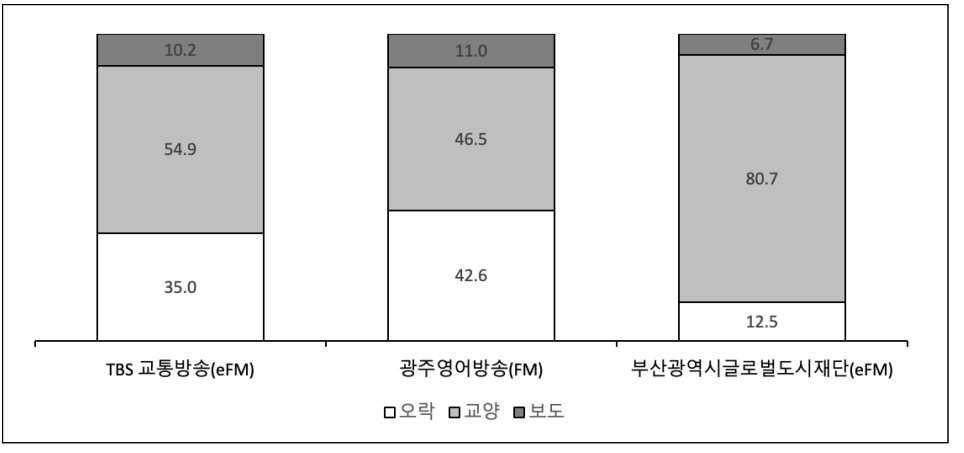
방송채널	상반기	하반기	연평균	편성 상한 비율
TBS 서울교통 e-FM	36.0	33.9	35.0	반기별 60% 이하
광주영어방송 FM	40.9	44.3	42.6	
부산영어방송 e-FM	7.1	18.0	12.5	

또한 해당 채널들의 연평균 보도·교양·오락 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 3개의 영어 방송 채널의 보도 프로그램 편성비율이 현저히 낮게 나타났다. 구체적으로 부산영어방송(eFM)의 연평균 보도 프로그램 편성비율은 6.7%로, 80%대의 높은 교양 프로그램 편성비율에 비해 현저히 낮은 수치를 기록했다(80.7%). 또한, TBS 서울교통 e-FM은 연평균 보도 프로그램 편성비율이 10.2%였으며, 광주영어방송(FM)의 보도 프로그램 편성비율도 11%의 낮은 편성비율을 보였다([그림 2-11]).

10) 경기방송은 2020년 3월 30일부로 방송을 종료하였다. 2023년 3월 30일 개국한 OBS의 FM방송은 경기방송과 다른 사업자가 운영하는 방송으로, OBS 경인 FM의 편성 실적에 대해서는 2장 1절 3. 지역민방 방송의 분야별 프로그램 편성 현황을 참조할 것

〔그림 2-11〕 개별 종합편성 라디오 채널의 연평균 분야별 편성비율(2023년)

(단위: %)



6. 종합편성 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 프로그램 편성 현황

반기별 오락 프로그램 편성비율 제한 규정은 유료방송에서 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 종편PP)의 TV 채널에도 적용된다. 분석결과 4개 종합편성 PP 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율은 법정 상한인 반기별 60% 미만을 준수하였다(〈표 2-14〉).

〈표 2-14〉 종합편성 PP 채널의 반기별 오락 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

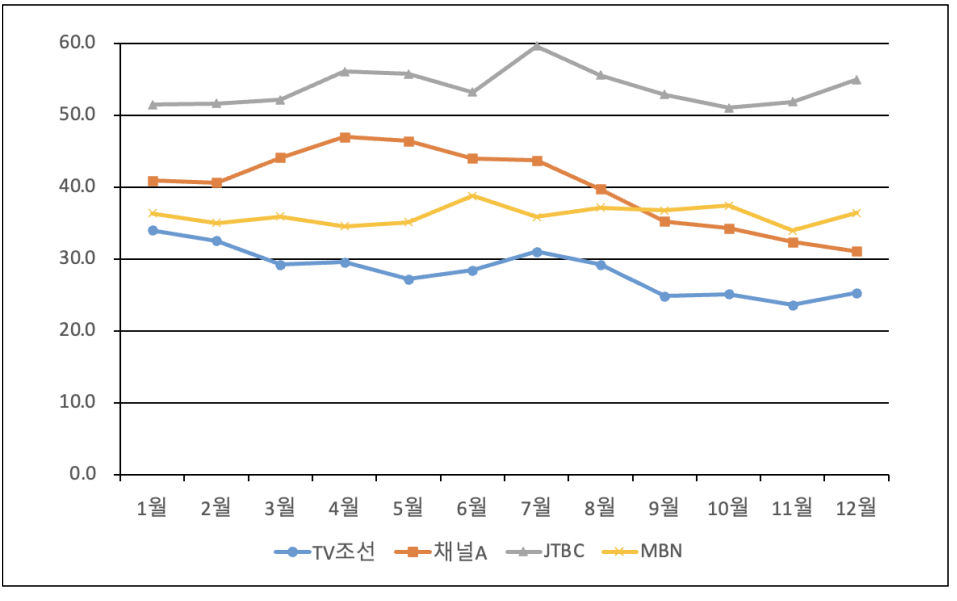
방송채널	상반기	하반기	연평균	편성 상한 비율
TV조선	30.2	26.5	28.3	반기별 60% 이하
채널A	43.8	36.1	40.0	
JTBC	53.4	54.3	53.8	
MBN	36.0	36.3	36.1	

구체적으로 해당 채널의 2023년 오락 프로그램 편성비율 추이를 월별로 살펴보면(〔그림 2-12〕 참조), JTBC의 오락 프로그램 편성비율은 2023년 연중 50%대를 상회하며 다른 채널에 비해 오락 프로그램의 편성비율이 상대적으로 높게 나타났다. JTBC의 연평균 오락

프로그램 편성비율도 53.8%로 종편 4사 중 가장 높게 나타났다(〔그림 2-13 참조〕). 이는 전년도(49.3%)에 비해 약 4.5%p 가량 높은 수치를 나타내는 것으로, JTBC의 오락 프로그램 편성비율은 2020년 이후부터 점차 증가하는 추세를 보이고 있음을 확인할 수 있다. JTBC를 제외한 3개 종편 채널의 연평균 오락 프로그램 편성비율은 TV조선이 28.3%, 채널A가 40%, MBN이 36.1%를 기록하였다. TV조선과 MBN은 전년도에 비해 다소 높은 수치를 보인 것으로 나타난 반면, 채널A는 전년도에 비해서 약 1.7%p 정도 낮은 편성비율을 보였다(2022년, TV조선 27.8%, MBN 34.4%, 채널A 41.7%).

〔그림 2-12〕 종합편성 PP 채널의 월별 오락 프로그램 편성 추이(2023년)

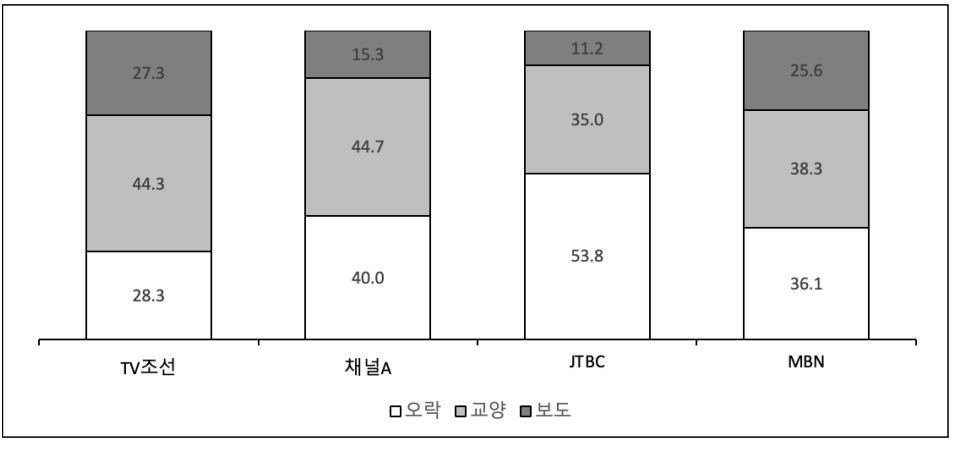
(단위: %)



〔그림 2-13〕은 종편 4채널의 분야별 연간 편성비율을 비교한 분석결과이다. 작년과 마찬가지로 JTBC, 채널A, MBN, TV조선 순으로 2023년 오락 분야 프로그램을 많이 편성한 것으로 나타났다. 특히 JTBC의 오락 분야 프로그램 편성비율은 50% 초반대, 채널A는 40%를 보이며 높은 편성비율을 기록했으며, 반면 TV조선은 4개 채널 가운데 오락 분야 프로그램을 가장 낮은 비율로 편성하였다(28.3.%).

〔그림 2－13〕 종합편성 PP 채널의 연평균 분야별 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



제 2 절 전문편성 방송사업자의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황

1. 규제 개요

방송법(제69조 제4항) 및 동법 시행령(제50조 제4항)에 의거하여 특정 장르나 분야를 전문적으로 편성하는 채널을 운용하는 방송사업자는 허가 또는 승인을 받거나 등록을 한 주된 방송분야 방송프로그램을 일정 비율 이상 편성해야 한다. 2023년 기준으로 전문편성 방송사업자 중 지상파방송사업자는 매 반기 전체 방송시간의 60% 이상, 종합유선방송사업자와 위성방송사업자는 매 반기 전체 방송시간의 70% 이상, 방송채널사용사업자는 매 반기 전체 방송시간의 70% 이상을 주된 방송분야 방송프로그램으로 편성하여야 한다.[11]

2023년 주된 방송분야 방송프로그램 편성규제의 대상이 되는 전문편성 지상파 텔레비전 채널은 EBS가 유일하다. 지상파 라디오 방송채널 중에서는 종합편성 채널을 제외한 나머지 채널들, 즉 지상파 3사의 FM 채널(KBS 1FM, KBS 2FM, KBS 국방FM, MBC FM, SBS FM)

11) 2021년 4월 30일 방송법 시행령 개정 및 2022년 1월 1일 시행에 따라, 주된 방송분야 편성비율 산정기간이 '매월'에서 '매반기'로 변경되었으며 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자(pp)의 주된 방송분야 의무 편성비율이 70%이상으로 완화되었다.

과 EBS의 FM 채널, KBS 지역총국과 지역국의 15개 FM 채널, MBC 지역계열사의 19개 FM 채널, 지역민방의 10개 FM 채널, TV 방송을 하지 않는 군소 라디오 방송사업자의 채널, 공동체 라디오 방송사업자의 12개 소출력 FM 채널이 해당된다.

2. 지상파 전문편성 TV 방송의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황

현재 지상파 텔레비전 채널 중에서 주된 방송분야 방송 프로그램 의무 편성비율이 적용되는 전문편성 채널은 교육 전문 방송인 EBS이다.

2023년 EBS의 주된 방송분야 방송 프로그램 반기 별 편성비율을 분석하였다(〈표 2－15〉 참조). 분석 결과, EBS는 의무 편성비율인 60%를 상회하는 편성비율(상반기 86%, 하반기 85%)로 주된 방송분야에 속하는 교육 관련 프로그램을 편성하였다. 〈표 2－15〉에 나타난 바와 같이, 상·하반기 큰 편차 없이 80% 중반대의 비율을 보였으며, 이는 2022년 주된 방송분야 방송프로그램 편성비율과 유사한 형태의 편성비율이다(2022년 상반기 86.1%, 하반기 86.1%).

〈표 2－15〉 EBS의 반기별 주된 방송분야 방송프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송채널	상반기	하반기	연평균	의무편성비율
EBS	86.0	85.0	85.5	반기별 60% 이상

3. 지상파 전문편성 라디오 방송의 주된 방송분야 방송프로그램 편성 현황

가. 지상파 3사와 EBS 라디오 채널의 주된 방송 분야 프로그램 편성 현황

1) 지상파 3사(서울)와 EBS 라디오 채널의 주된 방송 분야 프로그램 편성비율

KBS 서울본부, MBC 본사, SBS 지상파 3사와 EBS가 운영하는 전문편성 라디오 채널은 KBS 1FM, KBS 2FM, 국방FM[12], MBC FM, SBS FM, 그리고 EBS FM이다.

12) 해당 라디오 채널 중 국방FM은 2021년 6월부터 포함되었다.

각 채널의 전문분야를 살펴보면, KBS 1FM(클래식FM)은 서양 클래식과 국악 및 재즈를 포함하는 고전음악 중심의 전문편성 채널이다. KBS 2FM(쿨 FM)은 젊은 연령층을 대상으로 팝송 및 국내 대중음악을 방송하는 음악 전문편성 채널이다. 국방FM은 국군을 대상으로 국방 관련 정보를 제공하는 채널이다. MBC FM(FM4U)와 SBS FM(파워FM)은 음악 중심의 전문편성 채널이며, EBS 라디오는 교육 관련 프로그램을 중점 편성한다.

해당 6개 전문편성 라디오 채널(서울 기준)에 대하여 주된 방송분야 방송프로그램의 반기별 편성비율을 확인한 결과, 2023년에는 모든 채널이 매 반기 전체 방송시간의 100%를 주된 방송 분야에 부합하는 프로그램을 편성한 것으로 나타났다. 이에 따라 별도의 도표는 생략한다.

2) 지역 KBS·MBC 전문편성 라디오 채널의 주된 방송분야 방송프로그램 편성비율

KBS 지역총국과 지역국, MBC 지역계열사도 지역별로 종합편성 라디오 채널 외에 1개씩 전문편성 라디오 채널을 운영한다.

KBS의 19개 지역총국 및 지역국이 운영하는 15개 KBS FM 채널[13]과 MBC의 16개 지역계열사가 운영하는 19개 MBC FM 채널이 이에 해당하며, 해당 채널은 대부분 음악 중심의 전문편성을 하고 있다.

지역 KBS FM은 2023년 중 모든 지역에서 매 반기 전체 방송시간을 주된 방송 분야의 프로그램으로 편성하였다(100%). 19개 지역 MBC FM도 마찬가지로 전 시간을 주된 편성분야의 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(100%). 이에 따라 관련 도표는 생략한다.

이렇듯 지역 KBS FM 채널과 지역 MBC FM 채널이 주된 방송 분야의 프로그램을 100% 편성한 것은 KBS와 MBC 모두 종합편성 채널을 별도로 운영함에 따라 해당 전문편성 FM 채널들이 음악 분야 프로그램 편성을 특화시킬 수 있는 여건을 갖췄기 때문으로 해석된다.

나. 지역민방 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 프로그램 편성 현황

현재 10개의 지역민방 전문편성 FM 라디오 채널이 운영되고 있다.[14] 해당 채널에 대해

---

13) KBS의 18개 지역방송국(지역총국 및 지역국) 중 안동, 울릉, 포항, 순천은 FM채널이 존재하지 않는다.

14) 서울 이외의 지역민방사 10개 중 OBS 경인TV와 KNN(부산)을 제외한 8개 사는 지상파 종합편성 텔레비전 채널과 지상파 전문편성 라디오 채널을 1개씩 운영한다. KNN은

서도 주된 방송 분야 프로그램의 의무 편성비율(매 반기 전체 방송시간의 60% 이상) 규정이 적용된다.

〈표 2－16〉 지역민방 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균
경인방송 FM	77.9	78.8	79.4
KNN(부산) FM	89.1	88.8	89.0
TBC(대구) FM	98.9	98.9	98.9
광주방송 FM	96.5	97.7	97.1
대전방송 FM	100.0	100.0	100.0
전주방송 FM	100.0	100.0	100.0
청주방송 FM	100.0	100.0	100.0
울산방송 FM	99.8	99.9	99.9
G1(강원) FM	100.0	100.0	100.0
제주방송 FM	100.0	100.0	100.0

분석 결과에 따르면, 예년과 같이 2023년에도 해당 채널은 법정 하한선보다 훨씬 높은 비율로 주된 방송 분야의 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2－16〉 참조).

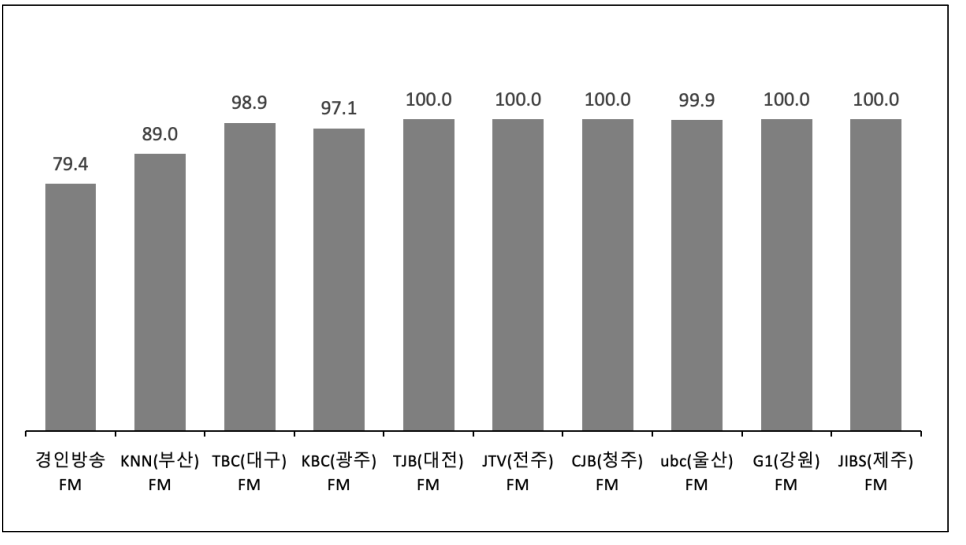
해당 지역민방 전문편성 라디오 채널의 상·하반기 주된 방송 분야 프로그램 편성비율을 산출했다. 경인방송, KNN(부산)을 제외한 나머지 방송사는 상·하반기 주된 방송 분야 편성비율이 최대 100%에서 최소 96.5%에 이르는 수준에서 전문분야 프로그램을 편성하였다(〔그림 2－14〕 참조). 경인방송 FM은 79.4%의 편성비율을 보이며, 가장 낮은 수준의 전문분야 프로그램 편성비율을 나타냈다. 이는 작년 대비 5.2%p 가량 감소한 수치이다(2022년

종합편성 텔레비전 채널, 지상파 종합편성 라디오 채널, 지상파 전문편성 라디오 채널을 각각 하나씩 운영하고 있으며, OBS경인TV는 종합편성 텔레비전 채널과 지상파 종합편성 라디오 채널을 운영한다. 한편, 경인 지역의 전문편성 라디오 채널인 경인방송 FM채널은 OBS경인TV가 운영하는 종합편성 지상파 텔레비전 채널(OBS TV) 및 지상파 종합편성 라디오 채널(OBS FM)을 운영하는 OBS경인TV와는 다른 법인인 경인방송(iFM)이 운영하는 독립 채널이다.

경인방송FM 84.6%). KNN(부산)의 주된 방송 분야 프로그램 편성 비율은 89.0%였다.

〔그림 2－14〕 지역민방 전문편성 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2023년)

(단위: %)



다. 개별 라디오방송사업자의 전문편성 채널 편성 현황

2023년 말 기준, 텔레비전 방송 채널과 함께 운영되지 않는 개별 라디오 방송사업자의 전문편성 채널로는 27개 법인의 80개 채널이 존재한다. 각종 종교방송 채널, 교통방송 채널 및 소출력 공동체라디오 방송채널이 여기에 포함된다.

종교방송사의 라디오 전문편성채널로는 기독교방송(CBS)이 운영하는 14개 지국 18개 채널(서울, 부산, 대구, 광주는 각각 2개씩 존재), 평화방송(CPBC)이 운영하는 5개 채널(서울 1개), 불교방송(BBS)이 운영하는 8개 채널(서울 1개), 극동방송이 운영하는 13개 지국의 14개 채널(서울 1개)[15], 원음방송이 운영하는 5개 채널(서울 1개)이 있다. 또한 교통방송에

15) 극동방송은 2021년 5월 전북지국의 FM 채널이 추가되면서, 13개 지국의 14개 채널이 되었다. 또한 극동방송 제주FM 채널은 방송 편성 내용이 제주AM채널과 동일하여 방송법 제83조제1항, 시행규칙 제21조에 따라 방송실시결과를 제출할 의무가 없어지게 되었다.

해당하는 라디오 전문편성채널로는 서울특별시에서 운영하는 1개 채널(TBS 서울교통)과 도로교통공단에서 운영하는 12개 지역별 채널(TBN 한국교통방송)이 있다.[16] 그 외 전문편성 라디오 채널로 YTN 라디오, 국악방송 3개(서울, 광주, 대전), 아리랑영어(제주) 및 17개의 소출력 공동체라디오 채널(관악, 마포, 성남, 광주, 공주, 성서, 영주, 광주, 옥천, 성주, 광산, 세종, 한밭, 남해, 서대문, 수원, 태백, 상주)이 있다.[17]

〈표 2-17〉은 해당 전문편성 라디오 채널의 2023년 주된 방송 분야 프로그램 편성비율이다. 채널에 따라 구체적인 편성비율은 차이가 있으나, 모두 법령에서 규정하고 있는 하한선(60%) 보다는 높은 비율로 주된 방송 분야의 프로그램을 편성하였다.

〈표 2-17〉 개별 전문편성 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사			상반기	하반기	연평균
CBS 기독교 (14개국)	서울	AM (표준FM)	94.1	94.2	94.1
		FM	79.1	79.0	79.0
	경남	AM (표준FM)	94.1	94.2	94.1
	광주	AM (표준FM)	94.0	94.0	94.0
		FM	79.1	79.0	79.0
	대구	AM (표준FM)	94.1	94.2	94.1
		FM	79.1	79.1	79.1
	대전	FM	94.3	94.4	94.4

16) 서울특별시의 교통방송은 전문편성 채널인 TBS 서울교통 FM 외에 종합편성 영어방송 채널인 TBS 서울교통 e-FM도 운영한다. TBS 서울교통 e-FM의 편성에 대해서는 제2장 제1절(종합편성 방송사업자의 분야별 프로그램 편성현황)을 참조할 것.

17) 소출력 공동체라디오 채널은 관악, 마포, 성남, 광주, 공주, 성서, 영주 총 7개의 채널로 구성되다가 2021년 12월 21일 옥천FM, 2022년 성주FM, 광산FM, 세종FM, 한밭FM, 남해FM이 개국하였다. 이어 2023년 서대문 공동체라디오, 수원 공동체라디오, 태백FM, 상주FM이 연달아 개국하며 총 18개의 채널로 확장되었다.

방송사			상반기	하반기	연평균
	부산	AM (표준FM)	94.1	94.2	94.1
		FM	79.1	79.1	79.1
	영동	FM	94.1	94.2	94.1
	울산	AM (표준FM)	94.1	94.2	94.1
	전남	AM (표준FM)	94.1	94.2	94.1
	전북	AM (표준FM)	92.5	92.5	92.5
	제주	FM	94.1	94.2	94.1
	청주	FM	94.1	94.2	94.1
	강원	FM	94.0	94.2	94.1
	포항	AM (표준FM)	94.1	94.2	94.1
cpbc 평화 (5개국)	서울	FM	65.6	61.7	63.6
	부산	FM	69.7	68.4	69.0
	대구	FM	67.1	66.9	67.0
	광주	FM	62.1	61.6	61.9
	대전	FM	71.6	69.5	70.6
BBS 불교 (8개국)	서울	FM	67.1	67.2	67.1
	춘천	FM	71.1	71.1	71.1
	부산	FM	67.1	67.2	67.2
	울산	FM	67.1	67.2	67.2
	대구	FM	66.9	67.2	67.0
	광주	FM	67.1	67.2	67.2
	제주	FM	67.3	66.5	66.9
	청주	FM	67.1	67.2	67.2
극동 FEBC (13개국)	서울	AM	100.0	100.0	100.0
		FM	100.0	100.0	100.0
	영동	FM	100.0	100.0	100.0
	부산	FM	100.0	100.0	100.0
	창원	FM	100.0	100.0	100.0
	울산	FM	100.0	100.0	100.0
	광주	FM	100.0	100.0	100.0
	목포	FM	100.0	100.0	100.0

방송사			상반기	하반기	연평균
	전남 동부	FM	100.0	100.0	100.0
	전북	FM	100.0	100.0	100.0
	제주	AM	100.0	100.0	100.0
	대구	FM	100.0	100.0	100.0
	포항	FM	100.0	100.0	100.0
	대전	FM	100.0	100.0	100.0
원음 (5개국)	서울	FM	70.9	71.1	71.0
	부산	FM	70.9	71.1	71.0
	대구	FM	70.9	71.1	71.0
	광주	FM	70.9	71.2	71.1
	전북	FM	67.8	68.3	68.1
TBN 교통 방송 (12개국)	강원	FM	94.7	79.4	87.1
	광주	FM	90.0	83.3	86.7
	대구	FM	100.0	84.4	92.2
	대전	FM	97.3	82.0	89.7
	충북	FM	97.4	82.0	89.7
	부산	FM	100.0	84.4	92.2
	울산	FM	100.0	84.4	92.2
	인천	FM	95.6	76.8	86.2
	전북	FM	90.0	82.4	86.2
	경남	FM	100.0	84.5	92.2
	제주	FM	91.3	87.8	89.6
	경북	FM	100.0	84.4	92.2
국악 방송 (3개국)	서울	FM	98.7	98.8	98.7
	광주	FM	97.6	96.0	96.9
	대전	FM	98.6	98.8	98.7
YTN라디오		FM	66.8	67.9	67.4
TBS 서울교통		FM	77.9	75.3	76.6
아리랑영어	제주	FM	96.1	96.0	96.0
관악 공동체라디오	서울	FM	100.0	100.0	100.0
마포 공동체라디오	서울	FM	84.8	84.7	84.7
성남 공동체라디오	성남	FM	80.6	80.3	80.4
광주 공동체라디오	광주	FM	100.0	100.0	100.0

방송사			상반기	하반기	연평균
공주 공동체라디오	공주	FM	90.0	90.0	90.0
성서 공동체라디오	대구	FM	100.0	100.0	100.0
영주 공동체라디오	영주	FM	100.0	100.0	100.0
옥천 공동체라디오	옥천	FM	100.0	99.9	99.9
성주 공동체라디오	성주	FM	100.0	100.0	100.0
광산 공동체라디오	광산	FM	100.0	100.0	100.0
세종 공동체라디오	세종	FM	96.1	97.7	96.9
한밭 공동체라디오	대전	FM	93.8	93.8	93.8
남해 공동체라디오	남해	FM	100.0	100.0	100.0
서대문 공동체라디오[18]	서대문	FM	-	100.0	100.0
수원 공동체라디오[19]	수원	FM	-	100.0	100.0
태백 공동체라디오[20]	태백	FM	-	100.0	100.0
상주 공동체라디오[21]	상주	FM	-	100.0	100.0

18) 서대문 공동체라디오는 '23년 7월부터 방송 송출을 시작함에 따라, 해당 채널의 연평균데이터는 7~12월 평균값임.

19) 수원 공동체라디오는 '23년 7월부터 방송 송출을 시작함에 따라, 해당 채널의 연평균데이터는 7~12월 평균값임.

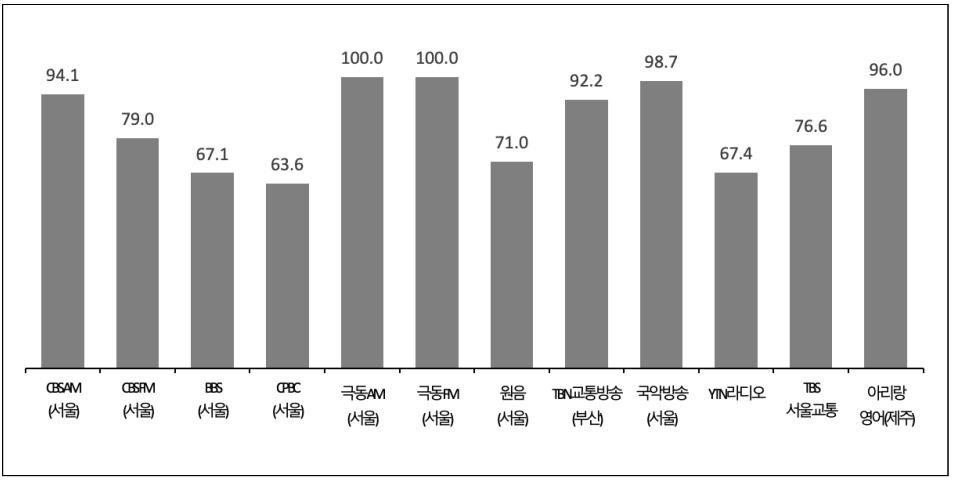
20) 태백 공동체라디오는 '23년 8월부터 방송실시결과에 추가됨에 따라, 해당 채널의 연평균데이터는 8~12월 평균값임.

21) 상주 공동체라디오는 '23년 8월 14일 개국함에 따라, 해당 채널의 연평균데이터는 9~12월 평균값임.

해당 라디오 채널에 대하여 연평균 주된 방송 분야 프로그램의 편성비율을 분석한 결과 극동방송(AM, FM)은 100%, 국악방송(서울)은 98.7%, 아리랑영어(제주)는 96%의 비율로 나타났다. 반면, CBS FM채널(79%), BBS 불교(67.1%), CPBC 평화방송(63.6%), 원음방송(71%)과 YTN(67.4%)은 60% 초반에서 70% 후반대의 편성비율을 기록하여 개별 전문편성 라디오 채널 중 비교적 낮은 비율을 기록하였다. CBS(서울) AM/표준FM은 94.1%의 비율로, TBS서울교통은 76.6%의 비율로 주된 분야 프로그램을 편성하였다(〔그림 2-15〕 참조).

〔그림 2-15〕 개별 전문편성 라디오 채널의 연평균 주된 방송 분야 편성비율(2023년)

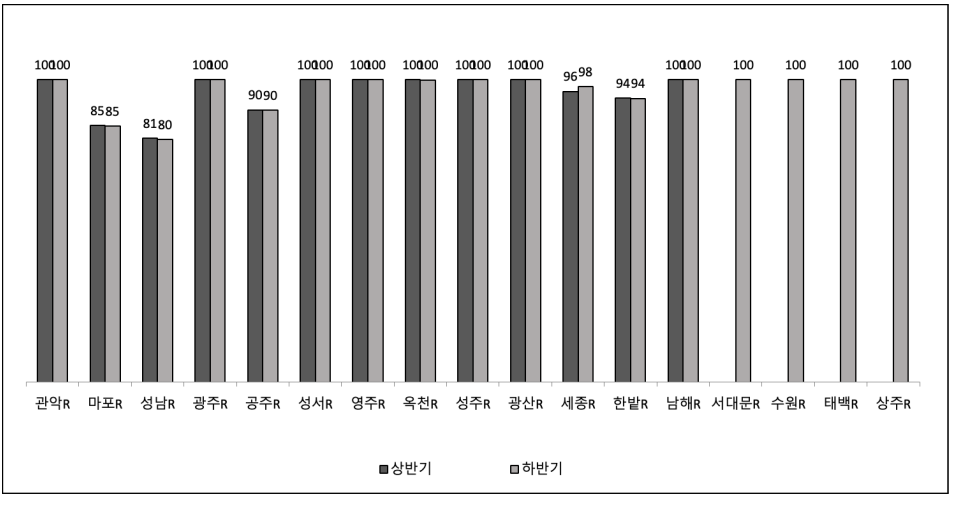
(단위: %)



소출력 지역공동체 라디오는 상·하반기 최소 80%, 최대 100%의 비율로 주된 방송 분야인 정보 위주의 지역밀착형 방송 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〔그림 2-16〕 참조).

〔그림 2-16〕 소출력 지역공동체 라디오 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2023년)

(단위: %)



4. 지상파 DMB 전문편성 채널의 주된 방송분야 프로그램 편성 현황

2021년 방송법 시행령 개정으로 지상파 DMB의 전문 편성 채널들은 주된 방송분야 프로그램 의무 편성 규제의 적용 대상에서 제외됐다. 시행령 제50조 제4항 제1호 가목의 단서 "다만, 지상파이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60 이하로 편성할 수 있다."를 근거로 DMB 사업자들은 주된 방송분야 프로그램 의무 편성 비율 규제를 받지 않을 수 있다.

2023년 기준 전문편성을 하는 지상파 DMB TV 방송사는 존재하지 않고[22], 전문편성 지상파 DMB 라디오 채널로는 U KBS Music, SBS ⓤ Radio, 올댓뮤직 3개 채널이 있다.[23] U KBS 뮤직, SBS ⓤ Radio, 올댓뮤직은 각각 지상파 DMB 사업자인 KBS, SBS, MBC의 직접 사용채널이다. SBS ⓤ Radio와 올댓뮤직은 DMB 재허가 심사 시 채널 구성 및 운용계획에

22) CJ Media의 TVNGO는 2013년 4월, SBS CNBC는 2013년 10월, YTN DMB의 한경 WOW TV는 2014년 1월, 그리고 한국 DMB의 TBS DMB TV는 2013년 12월에 방송을 종료하였으며 MBC Every1은 2014년 1월부터 일반 PP로 전환하였다.

23) 아리랑 영어 채널은 2023년 12월 폐국되었다.

서 음악 전문채널로 허가 받아 운용하고 있다. 이들 KBS, SBS, MBC의 전문편성 지상파 DMB 라디오 채널은 매 반기 100%의 편성비율을 보였다. 이에 따라 이 부분에서는 별도의 표와 분석은 제시하지 않는다.

5. 전문편성 방송채널사용사업자(PP)의 주된 방송 분야 프로그램 편성 현황

2023년 기준으로 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 PP)는 텔레비전 및 라디오 채널에서 등록 또는 허가받은 주된 방송 분야의 프로그램을 매 반기 전체 방송시간의 70% 이상을 편성하여야 한다.

보도 전문편성 채널과 홈쇼핑 채널을 포함하여 2023년 중 자료를 제출한 채널은 269개이다. 해당 채널을 대상으로 반기별 주된 방송 분야의 프로그램 편성 현황을 분석한 결과, 269개 채널 중 상반기 편성자료를 모두 제출한 261개 채널에서 평균 93.4%의 비율로 주된 방송 분야 프로그램을 편성하였으며, 하반기 편성자료를 모두 제출한 261개 채널에서 평균 92.5%의 비율로 주된 방송 분야 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2－18〉를 토대로 계산). 그중 2개의 채널(국회방송(NATV), 생활체육TV)의 하반기 편성비율이 법정 의무편성비율보다 낮은 것으로 나타났다.

〈표 2－18〉 전문편성 PP 채널의 주된 방송 분야 편성비율(2023년)

(단위:%)

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
9colors	85.8%	적합	89.6%	적합
AsiaM	86.5%	적합	75.4%	적합
AsiaN	91.4%	적합	91.7%	적합
AsiaUHD	100%	적합	100%	적합
AXN	100%	적합	99.1%	적합
BALL TV	88.9%	적합	80.8%	적합
Billiards TV(빌리어즈티비)	93.7%	적합	91.7%	적합
BTN불교TV	95.8%	적합	95.4%	적합
Btv 케이블 가이드 영화 채널	-	-	100%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
C채널(C Channel)	97.8%	적합	97.8%	적합
CatchOn1	99.1%	적합	99.2%	적합
CatchOn2	98.3%	적합	98.6%	적합
CBS TV	99%	적합	98.8%	적합
CGN	100%	적합	100%	적합
CineF	84.7%	적합	90%	적합
CJ온스타일	97.4%	적합	97.5%	적합
CMCTV	85.1%	적합	85.9%	적합
CMTV	90.9%	적합	89.5%	적합
CNTV	98.6%	적합	97.5%	적합
CPBC-TV 가톨릭평화방송	95.1%	적합	90.6%	적합
CTS기독교TV	99.1%	적합	95.7%	적합
e채널	100%	적합	98.8%	적합
EBC	83.8%	적합	84.3%	적합
EBS English	100%	적합	100%	적합
EBS KIDS	100%	적합	100%	적합
EBS플러스1 수능전문	100%	적합	100%	적합
EBS플러스2 중학/직업	100%	적합	100%	적합
EDGE TV	87.1%	적합	85.1%	적합
edu TV	89.3%	적합	87.9%	적합
ENA	99.6%	적합	99.5%	적합
ENA DRAMA	100%	적합	98.5%	적합
ENA PLAY	98.5%	적합	92.9%	적합
ENA STORY	100%	적합	100%	적합
EYTV	77%	적합	83.9%	적합
FashionN	99.6%	적합	100%	적합
FTV	83.5%	적합	73.9%	적합
FUN TV	100%	적합	99.3%	적합
GCN	100%	적합	100%	적합
GMTV	90.5%	적합	90.8%	적합
GOLF & PBA	91.5%	적합	95.9%	적합
Goodtv	98.4%	적합	95.7%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
GS Shop	99.4%	적합	99.4%	적합
GTV	96.2%	적합	96.5%	적합
HQ+	83.6%	적합	80.2%	적합
I.NET	99.1%	적합	98.5%	적합
IB SPORTS	91.8%	적합	96.7%	적합
iHQ	98%	적합	99.9%	적합
iHQ drama	100%	적합	100%	적합
iHQ play	100%	적합	99.1%	적합
iHQ show	98.5%	적합	99.6%	적합
INET LIFE	97.4%	적합	95.7%	적합
JEI 재능TV	93.6%	적합	92.4%	적합
JEI EnglishTV	93.1%	적합	97.2%	적합
JTBC Golf	100%	적합	100%	적합
JTBC GOLF&SPORTS	96.9%	적합	98.2%	적합
JTBC2	99.9%	적합	99.9%	적합
JTBC4	99.8%	적합	100%	적합
K-바둑	97.3%	적합	98%	적합
K-NET TV	90.4%	적합	84.8%	적합
K-sports	89.1%	적합	84.6%	적합
KBS drama	95.3%	적합	96.1%	적합
KBS Joy	96.2%	적합	95.5%	적합
KBS Kids	87.3%	적합	87.9%	적합
KBS Life	77.8%	적합	83%	적합
KBS N sports	92%	적합	91.1%	적합
KBS Story	90.9%	적합	90.4%	적합
KTV 국민방송	88.4	적합	84.8%	적합
MBC Dramanet	96.2%	적합	94.4%	적합
MBC Every1	99.2%	적합	98.9%	적합
MBC M	87.7%	적합	93.1%	적합
MBC ON	94.4%	적합	90.2%	적합
MBC SPORTS +	97.9%	적합	98.2%	적합
MBCNET	97.2%	적합	100%	적합
MBN PLUS	71.4%	적합	73.7%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
Mezzo Live HD	100%	적합	100%	적합
MGTV	84.1%	적합	81.6%	적합
Mplex	100%	적합	99.7%	적합
MTN 머니투데이방송	97.8%	적합	98.7%	적합
NBNTV	93.6%	적합	88.6%	적합
Now제주TV	83.1%	적합	82.5%	적합
NS홈쇼핑	97.5%	적합	97.4%	적합
OBS W	96%	적합	96.4%	적합
OCN	98.3%	적합	99.1%	적합
OCN Movies	90.6%	적합	96.1%	적합
OCN Movies2	99.4%	적합	99.7%	적합
OGN	93.8%	적합	92%	적합
ONCE	99.3%	적합	99.8%	적합
ONT	95.3%	적합	95.7%	적합
ORFEO	100%	적합	100%	적합
PINKHOUSE	100%	적합	100%	적합
PLAYBOY TV	99.8%	적합	100%	적합
RNA	94.9%	적합	96.3%	적합
RTV	71.9%	적합	79.4%	적합
SBS Biz	83.3%	적합	84.6%	적합
SBS F!L	100%	적합	100%	적합
SBS F!L UHD	92.9%	적합	77.8%	적합
SBS fun E	99.4%	적합	99.4%	적합
SBS Golf2	100%	적합	100%	적합
SBS M	100%	적합	100%	적합
SBS Plus	99.6%	적합	99.7%	적합
SBS sports	100%	적합	99%	적합
SBSGOLF	100%	적합	100%	적합
SkySports	79.2%	적합	80.3%	적합
skyUHD	83.7%	적합	81.3%	적합
SMTsports	-	-	100%	적합
SPOTV	98.1%	적합	100%	적합
SPOTV 2	96.8%	적합	98.9%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
SPOTV Golf & Health	100%	적합	100%	적합
SPOTV ON	100%	적합	100%	적합
SPOTV ON 2	100%	적합	100%	적합
SPOTV Prime	100%	적합	100%	적합
START TV	84.6	적합	84.5%	적합
STATV	100%	적합	88.8%	적합
STB 상생방송	88.6	적합	90.3%	적합
STN	92%	적합	88.2%	적합
StoryTV	-	-	90.2%	적합
TVCHOSUN2	89.2%	적합	90.2%	적합
TVCHOSUN3	92.9%	적합	89.2%	적합
tvN	95.4%	적합	96.3%	적합
tvN DRAMA	100%	적합	99.1%	적합
tvN SHOW	100%	적합	100%	적합
tvN Sports	97.2%	적합	99.5%	적합
tvN STORY	91.9%	적합	92.3%	적합
UHDDreamTV	98.3%	적합	98.2%	적합
UXN	94%	적합	87.4%	적합
YCN유림방송	95.9%	적합	100%	적합
YTN2	85.7%	적합	94.2%	적합
가요TV	88.8%	적합	82.5%	적합
공영쇼핑	100%	적합	100%	적합
국방TV	85.1%	적합	79.7%	적합
국악방송	100%	적합	100%	적합
국회방송(NATV)	86.8%	적합	44.2%	부적합
뉴트로TV	99.7%	적합	99.7%	적합
다문화TV	79.8%	적합	75.6%	적합
대교 노리Q	100%	적합	100%	적합
더 무비(THE MOVIE)	97.8%	적합	96.5%	적합
더드라마(the DRAMA)	70.5%	적합	71.2%	적합
더라이프(the LIFE)	92.8%	적합	91.7%	적합
더키즈 (the KIDS)	100%	적합	100%	적합
동아TV	72.1%	적합	73.6%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
드라마큐브(Dramacube)	100%	적합	97.2%	적합
디마티비(DIMATV)	98.4%	적합	97.5%	적합
디스커버리	100%	적합	100%	적합
디스토리(dstory)	80.1%	적합	74.5%	적합
디원(D.one)	89.6%	적합	91.5%	적합
디자이어티비(Desire TV)	100%	적합	100%	적합
라이프타임(Lifetime)	93.9%	적합	98.2%	적합
롯데홈쇼핑	99.5%	적합	97%	적합
리빙TV	95.2%	적합	92.2%	적합
리얼TV	86.3%	적합	75.6%	적합
마운틴TV(mountain TV)	99.1%	적합	95%	적합
매일경제TV	90.9%	적합	87.2%	적합
맥스포츠	85.2%	적합	78.5%	적합
메디컬 TV	75.5%	적합	74.2%	적합
무비초이스플러스1	100%	적합	100%	적합
무비초이스플러스2	100%	적합	100%	적합
무비초이스플러스3	100%	적합	100%	적합
무비초이스플러스4	100%	적합	100%	적합
무비초이스플러스5	100%	적합	100%	적합
무비플러스	100%	적합	100%	적합
미드나잇채널	100%	적합	100%	적합
바둑TV	100%	적합	100%	적합
방송대학TV(OUN)	100%	적합	100%	적합
법률방송	81.2%	적합	82.1%	적합
복지TV	100%	적합	100%	적합
볼링플러스(BOWLING+)	89.8%	적합	87.9%	적합
부메랑	100%	적합	100%	적합
불교방송(BBS)	96.3%	적합	96.5%	적합
붐TV	100%	적합	100%	적합
뷰(View)	95.4%	적합	89.4%	적합
브라보키즈	100%	적합	100%	적합
브레인TV	90.7%	적합	90.4%	적합
비너스TV	100%	적합	100%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
비키(VIKI)	100%	적합	100%	적합
뽀요TV	100%	적합	100%	적합
사이언스TV	91.2%	적합	85.9%	적합
사회안전방송(SafeTV)	88.4%	적합	93.3%	적합
생활체육TV	88.4%	적합	66.1%	부적합
서울경제TV(SEN)	94.7%	적합	89.8%	적합
소상공인시장tv	80.2	적합	85.9%	적합
스마일티브이플러스	75.4%	적합	72.7%	적합
스크린	78.9%	적합	86.8%	적합
스크린골프존	100.0	적합	100%	적합
스포츠서울 엔터TV	93.8%	적합	97.8%	적합
슬로우TV	74.2%	적합	76.6%	적합
시네마천국	88.9%	적합	93.1%	적합
신기한나라 TV	100%	적합	100%	적합
실버아이TV	100%	적합	100%	적합
아리랑TV	100%	적합	100%	적합
아프리카티비	98.3%	적합	88.7%	적합
애니맥스	83%	적합	73.8%	적합
애니박스	93.2%	적합	95.7%	적합
애니원	89.4%	적합	91.4%	적합
애니플러스	98.6%	적합	98.5%	적합
어린이TV	99.2%	적합	99.8%	적합
에이플드라마	84.3%	적합	86.8%	적합
엑스원(X-ONE)	88.8%	적합	95.1%	적합
엠넷(Mnet)	100%	적합	100%	적합
연예TV(ETN)	84%	적합	86.6%	적합
연합뉴스경제TV	77.6%	적합	71.1%	적합
오라이프(OLIFE)	99.5%	적합	94.7%	적합
원음방송(WBS)	93.8%	적합	94.3%	적합
월드 클래식 무비	87.5%	적합	85.9%	적합
위라이크(WeLike)	78.5%	적합	77.8%	적합
위티브이(WeeTV)	77%	적합	71.5%	적합
유맥스(U-MAX)	92.9%	적합	95.1%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
육아방송	71.8%	적합	71.5%	적합
이데일리TV	97.3%	적합	98.6%	적합
이벤트TV	100%	적합	100%	적합
인도어스포츠 (indoor sports)	94.7%	적합	-	-
인디필름(Indie Film)	82.9%	적합	76.1%	적합
중화TV	98.3%	적합	86.4%	적합
지방자치TV	70.2%	적합	79.1%	적합
채널 와이드	83.4%	적합	86.7%	적합
채널 J	94.5%	적합	94.7%	적합
채널나우	95.3%	적합	87.9%	적합
채널액션	92.3%	적합	77%	적합
채널에버	100%	적합	100%	적합
채널유	98.4%	적합	93.8%	적합
채널칭	100%	적합	93.8%	적합
채널큐피드	90.3%	적합	-	-
채널A 플러스	84.9%	적합	80.9%	적합
채널i	87.4%	적합	87.1%	적합
채널MX	100%	적합	100%	적합
채널S	77.8%	적합	79.9%	적합
채널S 플러스	90.5%	적합	90.1%	적합
채널W	74.4%	적합	73.9%	적합
청춘시대tv	88.2%	적합	92.1%	적합
카툰네트워크	99.9%	적합	100%	적합
캐리TV	100%	적합	99.9%	적합
컬쳐플러스	100%	적합	100%	적합
케이스타(K-STAR)	80.2%	적합	83.6%	적합
쿠키건강TV	97.4%	적합	97.7%	적합
쿡티브이(COOKTV)	90.3%	적합	-	-
키즈톡톡플러스	100%	적합	100%	적합
텔레노벨라	84.6%	적합	80.9%	적합
토마토증권통	87.3%	적합	92.9%	적합
토마토집통	93.6%	적합	99.3%	적합

채널명	상반기	적합여부	하반기	적합여부
토마토클래식	100%	적합	100%	적합
투니버스	89.5%	적합	89.4%	적합
티브이아시아플러스	82.1%	적합	79%	적합
tbs TV	95.5%	적합	92.5%	적합
티엘씨여행레저채널	77.7%	적합	72.8%	적합
팍스경제TV	85.7%	적합	86.4%	적합
폴라리스TV	80.1%	적합	75.5%	적합
플레이런TV	94%	적합	96.3%	적합
핑크퐁 채널	100%	적합	100%	적합
하이라이트TV	96.2%	적합	96.2%	적합
한경arteTV	100%	적합	100%	적합
한국가요채널 (K-POPch)	100%	적합	100%	적합
한국경제TV	95.2%	적합	94.9%	적합
한국낚시방송 (FS-TV Fishing TV)	90.7%	적합	89.8%	적합
한국농업방송(NBS)	91.7%	적합	89.9%	적합
한국시니어TV	100%	적합	100%	적합
한국직업방송	96.4%	적합	94%	적합
해피독티비	100%	적합	100%	적합
허니TV	96.3%	적합	96.3%	적합
헬스메디TV	93.1%	적합	97.5%	적합
현대홈쇼핑	99.7%	적합	99.7%	적합
홈앤쇼핑	99.4%	적합	99.5%	적합
홈초이스	100%	적합	100%	적합
히스토리	94.9%	적합	83.1%	적합

제 3 절 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성 현황

1. 규제 개요

지역 민영방송사(이하 지역민방)에 대하여 시행되는 규정으로 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성비율 제한이 있다. 이 규정은 본래 지상파 민영방송 네트워크 협정에 가입한 지역 민영방송사가 특정 방송사의 프로그램(다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램)을 단순중계(이른바 수중계)하여 방송하는 것을 방지하기 위하여 마련된 규제이다. 주로 서울 지역 민영방송사업자인 SBS의 프로그램이 지역 민영방송사의 수중계 대상이다. 현재 이 규정은 (1) 지상파 지역 민영방송사가 운영하는 텔레비전·라디오 채널과, (2) KBS, MBC가 운영하는 지상파 DMB 채널을 제외한 나머지 지상파 DMB 텔레비전·라디오 채널에 대하여 적용되고 있다.[24]

2023년 기준, 지상파 지역민방에 대하여 적용되는 수중계 프로그램의 편성비율 산정기준은 지역민방 사업자의 방송사업매출액에 따라 차별적으로 적용된다. 편성고시에 의거하여, 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 (1) 방송사업매출액이 400억 원 이상인 케이엔엔(KNN)의 TV·라디오 채널은 매반기 전체 방송시간의 68% 이내, (2) 300억 원 이상 350억 원 미만인 티비씨(TBC)의 TV·라디오 채널은 매 반기 70% 이내, (3) 250억 원 이상 300억 원 미만인 광주방송, 대전방송의 TV·라디오 채널은 매 반기 71% 이내, (4) 250억 원 이상 300억 원 미만인 광주방송, 대전방송의 TV·라디오 채널은 매 반기 71% 이내, (4) 200억 원 이상 250억 원 미만인 전주방송, 청주방송, 울산방송의 TV·라디오 채널은 매 반기 73% 이내, (5) 150억 원 이상 200억 원 미만인 지원(G1)의 TV·라디오 채널은 매 반기 75% 이내, (6) 100억 원 이상 150억 원 미만인 제주방송의 TV·라디오 채널은 매 반기 76% 이내, (7) 100억 원 미만인 경인방송의 TV·라디오 채널은 매 반기 78% 이내에서 수중계 프로그램의 편성이 허용된다.[25]

---

24) 관련 편성규제 법령 현황은 제3장 제2절(다양성 확보를 위한 편성규제)을 참조할 것

25) 방송법 시행령 및 편성고시 일부 개정에 따라 지역민방 수중계 편성비율 산정기준이 '허가차수'에서 '방송사업매출액'으로 변경되었으며, 이때 방송사업매출액은 방송사업자 재산상황 공표의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다. 이 개정을 통해 다른

KBS와 MBC가 운영하는 지상파 DMB 채널을 제외한 나머지 지상파 DMB 채널에 대해서도 다른 한 방송사업자 제작 프로그램의 편성비율 상한제가 적용된다. 해당 지상파 DMB 채널에서는 매 반기 전체 방송시간의 80%를 초과하여 수중계 프로그램을 편성할 수 없다.

2. 지역민방의 수중계 프로그램 편성 현황

가. 지역민방 텔레비전 방송의 수중계 프로그램 편성 현황

2023년 OBS경인TV를 제외한 9개 지역민방의 지상파 종합편성 텔레비전 채널에 대하여 매반기 다른 한 방송사업자 제작 프로그램의 편성비율(수중계 프로그램 편성비율)을 분석하였다. 그 결과 9개 지역민방 모두 반기별 수중계 프로그램 편성을 법정 상한선보다 낮게 편성하였지만, 법정 상한선에 근접한 비율로 수중계를 편성한 경우가 많은 것으로 나타났다(〈표 2－19〉 참조).

편성 상한 비율이 68%에 해당하는 케이엔엔(KNN)은 상반기 67.4%, 하반기 66.2%의 수중계 편성 비율을 보였다(법정 기준 매 반기 68% 이내). 또한 편성 상한 비율이 70%에 해당하는 티비씨(TBC)는 상반기 69.6%, 하반기 67.8%의 수중계 편성 비율로 나타났다. 광주방송, 대전방송은 반기별 수중계 프로그램 편성비율이 70.2～70.8%의 범위를 보였다(법정 기준 매 반기 71% 이내). 울산방송, 전주방송, 청주방송은 반기 최저 69.7%(CJB), 최대 72.8%(UBC)의 범위를 기록하며 법정기준에 근접한 수치를 나타냈다(법정 기준 매 반기 73% 이내). 지원(G1)은 상반기 74.5%, 하반기 74.2%로 법정 상한 기준에 근접하게 낮은 수치를 보였으며(법정 기준 매 반기 75% 이내), 반기별 수중계 프로그램 편성 상한 비율이 76%에 해당하는 제주방송은 상반기 74.5%, 하반기 74.4%의 수중계 프로그램 편성을 실시한 것으로 나타났다.

한 방송사업자 제작물 편성비율 산정기간 또한 '매 분기'에서 '매 반기'로 변경되었다. 이때 편성비율은 전년도 비율 대비 채널 별로 1%p를 초과하여 증가 또는 감소할 수 없다는 단서 조항을 적용하여 편성 상한 비율을 정한다.

〈표 2－19〉 지역민방 TV 채널의 반기별 수중계 편성비율(2023년)

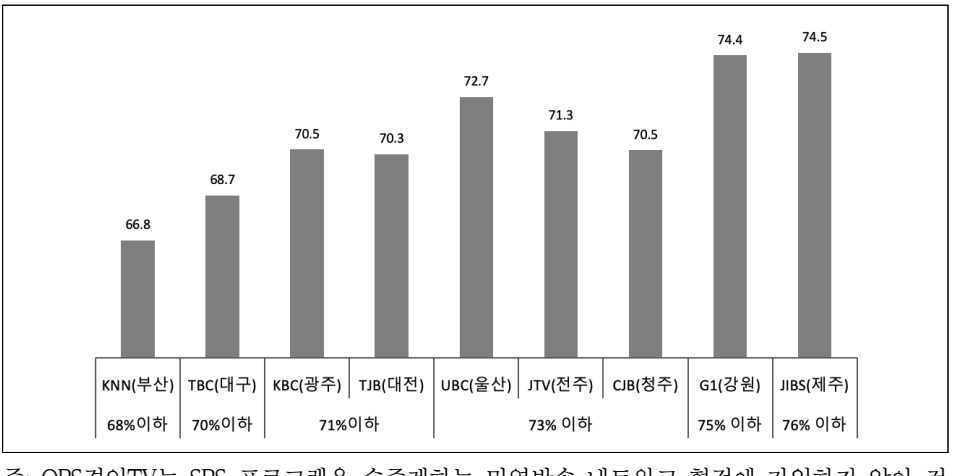
(단위: %)

방송사		상반기	하반기	연평균
68%⬇	케이엔엔(KNN)	67.4	66.2	66.8
70%⬇	대구방송(TBC)	69.6	67.8	68.7
71%⬇	광주방송(KBC)	70.8	70.2	70.5
	대전방송(TJB)	70.3	70.4	70.3
73%⬇	울산방송(UBC)	72.8	72.6	72.7
	전주방송(JTV)	71.4	71.1	71.3
	청주방송(CJB)	71.3	69.7	70.5
75%⬇	지원(G1)	74.5	74.2	74.4
76%⬇	제주방송(JIBS)	74.5	74.4	74.5

〔그림 2－17〕에 나타난 바와 같이, 연평균 편성비율은 제주방송이 74.5%, 지원(G1)이 74.4%의 비율로 높은 수치를 기록하였다. 예년과 마찬가지로, OBS경인TV는 다른 지역민방과 달리 SBS 프로그램을 수중계하는 민영방송 네트워크 협정에 가입하지 않아, 전 시간 자체 편성을 수행한다(수중계 비율 0%). 이에 수중계 편성비율 분석에 포함시키지 않았다.

〔그림 2－17〕 지역민방 TV 채널의 연평균 수중계 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



주: OBS경인TV는 SBS 프로그램을 수중계하는 민영방송 네트워크 협정에 가입하지 않아 전 시간 자체 편성을 수행하기 때문에 제외함

나. 지역민방 라디오 방송의 수중계 프로그램 편성 현황

9개 지역민방이 운영하는 라디오채널에 대하여 반기별 수중계 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 해당 라디오채널 모두 규정하고 있는 상한 기준에 근접하게 낮은 수준에서 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-20〉 참조).

케이엔엔(KNN) 2개 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율은 67.1~68%의 범위로 나타나며 법정 상한 비율에 근접한 수준을 보였다(68%). 티비씨(TBC)의 반기별 수중계 프로그램 편성비율은 상반기 67.7%, 하반기 66%로 나타났으며(법정 상한 비율 70%), 광주방송과 대전방송은 66.7~66.8%의 범위를 유지하며 반기별 수중계 프로그램 법정 상한 비율(71%)을 준수했다. 울산방송, 전주방송, 청주방송의 반기별 수중계 프로그램 편성비율은 낮게는 70.4%에서부터 높게는 71%까지의 범위로 나타났다(법정 상한 비율 73%). 지원(G1)의 반기별 수중계 프로그램 편성비율은 상반기 75%, 하반기 74.5% 바율을 보이며 법정 상한 비율에 근접하게 낮은 수준으로 나타났다(75%). 제주방송은 상반기와 하반기 모두 73.3% 편성비율을 유지하며 반기별 수중계 프로그램 법정 상한 비율(76%)을 준수했다.

〈표 2-20〉 지역민방 라디오 채널의 반기별 수중계 프로그램 편성비율(2023년)

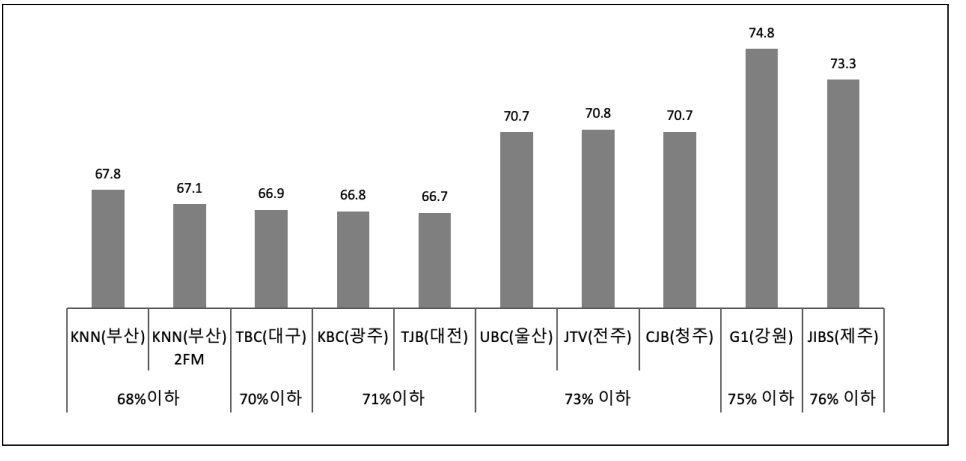
(단위: %)

방송사			상반기	하반기	연평균
68%⬇	케이엔엔(KNN)	FM	67.7	68.0	67.8
		2FM	67.2	67.1	67.1
70%⬇	대구방송(TBC)		67.7	66.0	66.9
71%⬇	광주방송(KBC)		66.8	66.8	66.8
	대전방송(TJB)		66.7	66.7	66.7
73%⬇	울산방송(UBC)		71.0	70.4	70.7
	전주방송(JTV)		70.8	70.8	70.8
	청주방송(CJB)		70.7	70.7	70.7
75%⬇	지원(G1)		75.0	74.5	74.8
76%⬇	제주방송(JIBS)		73.3	73.3	73.3

지역민방 라디오채널의 연평균 수중계 프로그램 편성비율을 도식화한 결과(〔그림 2-18〕), 케이엔엔(KNN)은 2FM 67.1%, FM 67.8%의 비율로 작년도에 비해 소폭 상승한 수치를 보였으며(2022년 2FM 66.5%, FM 67.1%), 티비씨(TBC)는 연평균 66.9% 수치를 기록하며 작년도와 비슷한 수치를 보였다(2022년 TBC 연평균 67.1%). 광주방송과 대전방송은 작년과 마찬가지로 큰 변동 없이 66.7~66.8% 범위의 비율을 보이며 법정 상한 비율(71%)을 준수하며 프로그램을 편성한 것으로 나타났다. 울산방송, 전주방송, 청주방송 또한 예년과 비슷하게 70.7~70.8% 수준에서 수중계 프로그램을 편성하였다(2022년 최저 70.7%, 최대 71%). 지원(G1)은 연평균 74.8%, 제주방송은 73.3%로 수중계 프로그램을 편성하며, 작년과 비슷한 수준에서 수중계 프로그램을 편성하였다(2021년 G1 75%, 제주방송 73.2%).[26]

〔그림 2-18〕 지역민방 라디오 채널의 연평균 수중계 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



3. 지상파 DMB 채널의 수중계 프로그램 편성 현황

지역민방 텔레비전·라디오 채널 외에 지상파 DMB 채널에 대해서도 다른 한 방송사업자 제작 프로그램의 편성비율을 제한하는 규제가 적용된다.[27] 다만 지상파 DMB 방송에 대한

26) 참고로, 민영방송 네트워크 협정에 가입되어 있지 않은 라디오 지역민방인 경인방송은 모든 월에서 수중계 프로그램의 편성비율이 0%로 나타났다.

수중계 비율의 규제 수준은 지역민방의 지상파 채널에 적용되는 것에 비해 관대한 편이다. 매 반기 전체 방송시간의 80% 이내로 수중계 편성비율이 제한된다. 따라서 자체 편성 시간을 전체 방송시간의 20% 정도로 편성할 수 있다.

2023년 동안 다른 한 방송사업자가 제작한 프로그램의 편성비율 제한 규정을 적용받은 지상파 DMB 텔레비전·라디오 채널은 16개였다. 이들 중 다른 한 방송사업자 프로그램을 전혀 편성하지 않은 SBS ⓤ TV, SBS ⓤ Radio 2개 채널을 포함해 다른 한 방송사업자가 제작 프로그램의 편성을 반기별 법정 상한 비율 80%를 초과해 편성한 채널은 없었다(〈표 2-21〉 참조).

〈표 2-21〉 지상파 DMB 채널의 반기별 수중계 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사		상반기	하반기	연평균
YTN DMB	ⓜ YTN	77.2	63.1	70.2
한국 DMB[28]	QBS	68.0	67.6	67.9
케이엔엔(KNN)	KNN ⓤ	67.5	66.3	66.9
	ubc ⓤ	79.8	79.6	79.7
대구방송(TBC)	TBC ⓤ	69.5	67.8	68.6
	mYTN	79.2	78.7	79.0
광주방송(KBC)	KBC ⓤ	70.6	70.0	70.3
	mYTN	73.1	72.7	72.9
대전방송(TJB)	TJB ⓤ	73.2	72.6	72.9
	YTN CJB ⓤ	77.7	77.9	77.8
지원(G1)	Hi-GTB	74.5	74.2	74.4
	GO-GTB	79.2	78.7	79.0
제주방송(JIBS)	JIBS ⓤ DMB1	74.5	74.8	74.6
	JIBS ⓤ DMB2	79.2	78.7	79.0

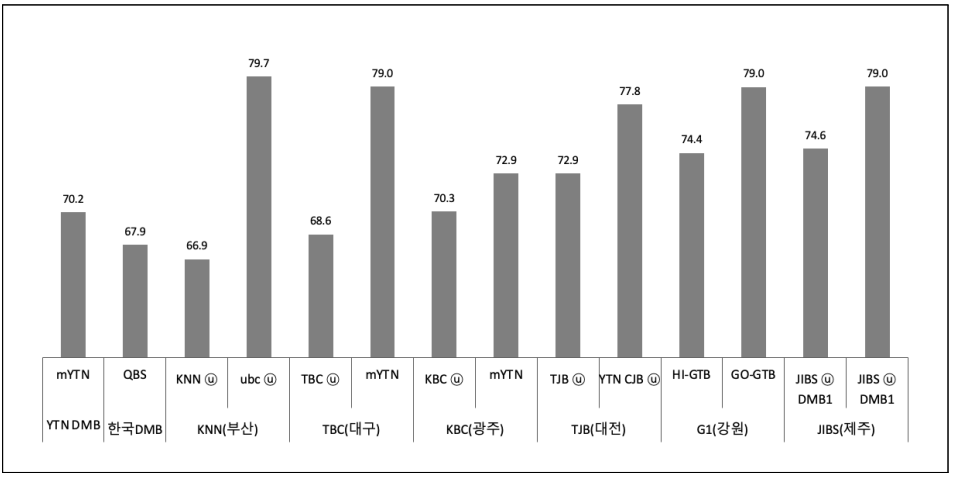
주: SBS DMB TV 채널과 라디오 채널은 전월 0%로 편성했기에 본 표에서 제외함.

27) 이때 KBS와 MBC가 운영하는 지상파 DMB 채널은 제외된다.

28) 한국DMB는 2023년 12월 28일부로 방송을 종료함에 따라, 해당 채널의 하반기 데이터는 7~11월, 연평균 데이터는 1~11월까지 평균값이다.

〔그림 2-19〕 주요 지상파 DMB 채널의 연평균 수중계 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



제4절 순수 외주제작 방송프로그램의 편성 현황

1. 규제 개요

지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 전체 텔레비전 방송 시간 중 일정 비율 이상을 순수 외주제작 방송프로그램 편성에 할애하여야 한다. 이 제도는 독립제작사를 육성하고 프로그램 제작원의 다양성을 확보함으로써 방송 프로그램 제작 산업의 발전 기반을 확보하기 위해 도입된 것이다.

지상파 텔레비전 방송의 경우 2023년 기준으로 KBS 1TV는 해당 채널 매 반기 전체 방송시간의 19% 이상, KBS 2TV는 35% 이상, MBC 및 SBS는 30% 이상, EBS는 16% 이상, 지역 MBC는 20% 이상, 기타 지상파방송사업자(SBS를 제외한 지역민방 등) 및 지상파방송채널사용사업자는 3.2% 이상 순수 외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 경우 매 반기 전체 텔레비전 방송시간의 30% 이상 순수 외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.[29]

29) 2021년 순수 외주제작 방송프로그램의 편성에 대한 편성고시가 일부 개정됨에 따라

또한 시청시간대에 따른 규제가 존재하여, 지상파방송사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 종합편성을 행하는 당해 채널별 매 반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 10% 이상 순수 외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 종합편성을 행하는 지상파방송채널사용사업자에 대해서는 매 반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 3% 이상의 순수 외주제작 방송프로그램을 편성하도록 하고 있다.

2. 지상파 3사 및 EBS의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

2023년 KBS 서울본부, MBC 본사, SBS, 그리고 EBS의 반기별 편성현황을 살펴본 결과, 지상파 3사와 EBS의 텔레비전 채널들은 모두 순수 외주제작 방송프로그램 의무 편성비율을 준수한 것으로 나타났다.

먼저 전체 방송시간대 순수 외주제작 방송프로그램의 반기별 편성비율을 분석하였다. KBS 2TV의 편성비율은 상반기와 하반기 모두 39.1%의 편성비율을 보이며 의무편성비율(35%)을 준수하였다. MBC는 상반기 31.2%, 하반기에는 상반기보다 약간 높은 32.3%의 편성비율을 나타냈으며, SBS는 상반기와 하반기 동일하게 37.6%의 편성비율을 유지하였다. 교양과 보도 중심의 KBS 1TV는 상·하반기 모두 22.6%의 비율을 보이며 법정 의무편성비율에 가까운 수치를 보였고, EBS는 20% 후반대의 비율을 유지했다(〈표 2-22〉 참조).

〈표 2-22〉 지상파 3사와 EBS의 전체시간대 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	의무편성비율
KBS 1TV	22.6	22.6	19% 이상
KBS 2TV	39.1	39.1	35% 이상
MBC	31.2	32.3	30% 이상
SBS	37.6	37.6	30% 이상
EBS	29.1	29.3	16% 이상

2022년 1월부터 지역MBC의 경우 순수 외주제작 방송프로그램 의무 편성비율이 30% 이상에서 20%이상으로 변경되었다.

EBS를 제외한 나머지 채널에 대하여 주시청시간대의 순수 외주제작 프로그램 편성비율을 분석하였다.[30] 분석 결과, 채널 모두 의무 편성비율(10%)보다 높은 비율로 순수 외주제작 프로그램을 편성하였다(〈표 2-23〉 참조). 특히 KBS 2TV는 4개 채널 중 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램의 편성비율이 가장 높았는데, 상반기 편성비율(52.5%)이 하반기 편성비율(45.4%)보다 높은 것으로 나타났다. MBC 또한 상반기 순수 외주제작 프로그램 편성비율이 22.2%로, 하반기 편성비율(18%)에 비해 4.2%p 높게 나타나며 상반기에 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램을 더 많이 편성하였다. SBS도 마찬가지로 상반기의 편성비율(31.9%)이 하반기의 편성비율(28.2%)에 비해 다소 높았다. KBS 1TV는 상·하반기 동일하게 24.3%의 편성비율을 유지하였다.

〈표 2-23〉 지상파 3사의 주시청시간대 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	의무편성비율
KBS 1TV	24.3	24.3	10% 이상
KBS 2TV	52.5	45.4	
MBC	22.2	18.0	
SBS	31.9	28.2	

3. 지역방송의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

가. 지역 KBS 텔레비전 채널의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

KBS 지역총국 및 지역국이 운영하는 텔레비전 채널들도 모두 순수 외주제작 프로그램 의무 편성비율을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2-24〉 참조).

지역 KBS 1TV는 지역에 따라 다소 편차가 있으나 서울본부의 편성비율과 매우 유사하게 순수 외주제작 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-24〉 참조). 지역 KBS 1TV 채널들의 전체시간대 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율은 상반기 20.7~22.6%, 하반기 21.1~22.6%로 서울 KBS 1TV의 편성비율(상반기 22.6%, 하반기 22.6%)과 유사한 비율

30) 주시청시간대 순수 외주제작 방송프로그램 편성규제는 종합편성을 행하는 방송사업자만을 대상으로 하기 때문에 전문편성 방송사업자인 EBS에는 적용되지 않는다.

을 유지하였다(〈표 2－22〉 참조). 지역 KBS 2TV 채널들 또한 상반기 39.1%, 하반기 38.5～39.7%의 비율로 순수 외주제작 방송프로그램을 편성하였으며, 이는 서울 KBS 2TV의 편성비율(상반기 39.1%, 하반기 39.1%)과 유사한 것으로 나타났다(〈표 2－22〉 참조).

주시청시간대에 한정하여 지역 KBS 채널의 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율을 분석한 결과, 지역 KBS 1TV의 편성비율은 상반기 18.8～24.3%, 하반기 19.5～24.3%의 범위를 나타내며 작년도 편성비율(상반기 18.6～24.6%, 하반기 20.2～26.8%)과 비슷한 편성비율을 보였다. 지역 KBS 2TV의 편성비율 또한 상반기 52.5%, 하반기 44.3～46.4%의 범위로 작년과 비교했을 때 소폭 하락한 편성비율을 기록했다(2022년 상반기 52.1～52.2%, 하반기 54.7～54.9%) 지역 KBS 1TV, 2TV 모두 서울 KBS 1TV, 2TV와 비슷한 비율로 순수 외주제작물을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2－22〉, 〈표 2－24〉참조).

〈표 2－24〉 지역 KBS TV 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

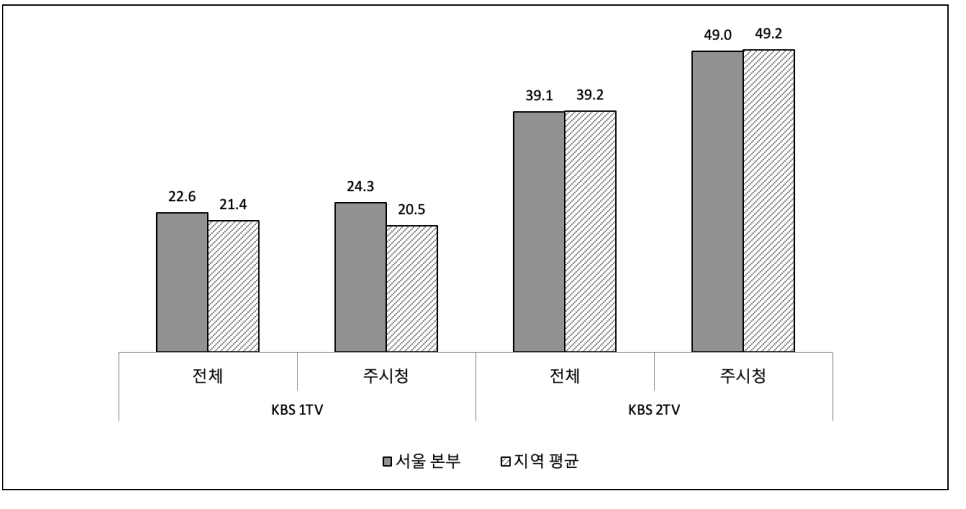
KBS 지역방송국		전체 시간대		주시청시간대	
		상반기	하반기	상반기	하반기
1TV (19개)	경인	22.6	22.6	24.3	24.3
	부산	21.2	21.6	19.9	20.8
	울산	21.7	22.1	20.2	21.1
	창원	21.3	21.5	19.9	20.6
	진주	21.3	21.5	19.9	20.6
	광주	21.0	21.3	19.1	20.1
	목포	21.0	21.3	19.1	20.1
	순천	21.0	21.3	19.1	20.1
	춘천	20.7	21.1	19.0	19.6
	강릉	20.7	21.1	19.0	19.6
	원주	20.7	21.1	19.0	19.6
	대전	21.1	22.0	19.5	22.1
	청주	20.9	21.1	18.8	19.5
	충주	20.9	21.1	18.8	19.5
	대구	21.5	21.7	21.4	21.9
	안동	21.5	21.7	21.4	21.9
	포항	21.5	21.7	21.4	21.9
	전주	21.9	22.2	22.4	23.5

KBS 지역방송국		전체 시간대		주시청시간대	
		상반기	하반기	상반기	하반기
	제주	21.6	21.7	20.5	21.1
2TV (11개)	부산	39.1	39.7	52.5	46.4
	울산	39.1	39.7	52.5	46.4
	창원	39.1	39.7	52.5	46.4
	광주	39.1	38.5	52.5	44.3
	춘천	39.1	39.7	52.5	46.4
	강릉	39.1	39.7	52.5	46.4
	대전	39.1	39.7	52.5	46.4
	청주	39.1	39.7	52.5	46.4
	대구	39.1	39.7	52.5	46.4
	전주	39.1	38.5	52.5	44.3
	제주	39.1	38.5	52.5	44.3

전체 시간대와 주시청시간대 지역 KBS 채널(KBS 1TV 19개, KBS 2TV 11개)의 연평균 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율을 서울본부 편성비율과 비교하였다. 지역 KBS 채널의 연평균 순수 외주제작 방송프로그램 편성은 전체 시간대와 주시청시간대 모두 서울 KBS 1TV, KBS 2TV의 편성과 매우 유사한 비율로 나타났다(〔그림 2-20〕 참조).

〔그림 2-20〕 서울 및 지역 KBS의 연평균 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



나. 지역 MBC 텔레비전 채널의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

MBC 지역계열사의 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율은 지역별로 다소 편차가 있었다(〈표 2−25〉 참조). 지역 MBC의 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율은 상반기 23.7∼27.4%, 하반기 24.5∼28.2%의 범위를 보이며 서울 MBC(상반기 31.2%, 하반기 32.3%)보다 다소 낮은 편성비율을 보였다(〈표 2−25〉, 〈표 2−22〉 참조).

마찬가지로 주시청시간대에도 지역 MBC의 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율은 상반기 18.7∼22.2%, 하반기 14.3∼18.4%의 범위로 서울 MBC(상반기 22.2%, 하반기 18%)와 비슷한 수치를 보였다(〈표 2−25〉, 〈표 2−23〉 참조).

〈표 2−25〉 지역 MBC 텔레비전 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년)

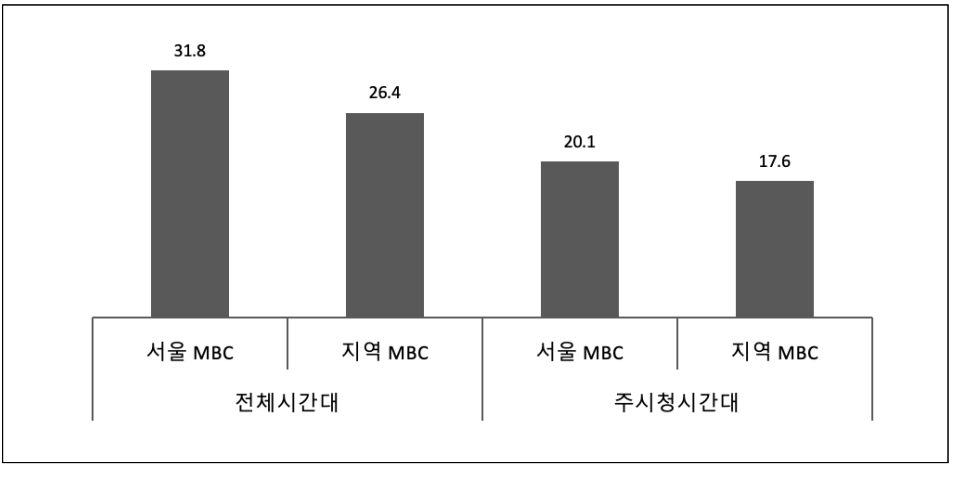
(단위: %)

지역계열사	전체 시간대		주시청시간대	
	상반기	하반기	상반기	하반기
부산	26.5	28.0	20.7	15.5
울산	25.5	26.2	18.7	14.4
경남(창원)	25.2	26.5	20.8	16.3
경남(진주)	25.2	26.5	20.8	16.3
광주	26.5	26.9	19.2	14.3
목포	25.9	26.7	18.9	14.4
여수	27.4	27.3	22.2	18.4
춘천	24.9	25.9	19.7	14.4
원주	25.0	26.3	20.3	16.7
강원영동(강릉)	23.7	24.5	20.1	15.9
강원영동(삼척)	23.7	24.5	20.1	15.9
대전	26.8	26.7	19.4	15.1
충북(청주)	27.4	27.3	19.1	14.6
충북(충주)	27.4	27.3	19.1	14.6
대구	26.5	28.2	19.0	15.0
안동	27.4	27.6	19.2	14.4
포항	27.2	27.1	20.7	16.0
전주	26.6	26.3	18.9	14.4
제주	26.4	27.7	19.7	14.8

지역 MBC 채널의 전체시간대 순수 외주제작 방송프로그램 평균 편성비율(26.4%)은 서울 MBC의 편성비율(31.8%)보다 약 5.4%p 낮은 편이었으며, 이는 작년 수치와 비교했을 때에도 비교적 낮은 수치였다(2022년, 지역 MBC 채널 평균 편성비율 29.5%). 마찬가지로 주시청시간대의 연평균 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율에서도 지역 MBC 평균(17.6%)은 서울 MBC(20.1%)보다 약 2.5%p 낮은 것으로 나타났다〔그림 2-21〕 참조).

〔그림 2-21〕 서울 MBC와 지역 MBC의 연평균 순수 외주제작물 편성비율(2023년)

(단위: %)

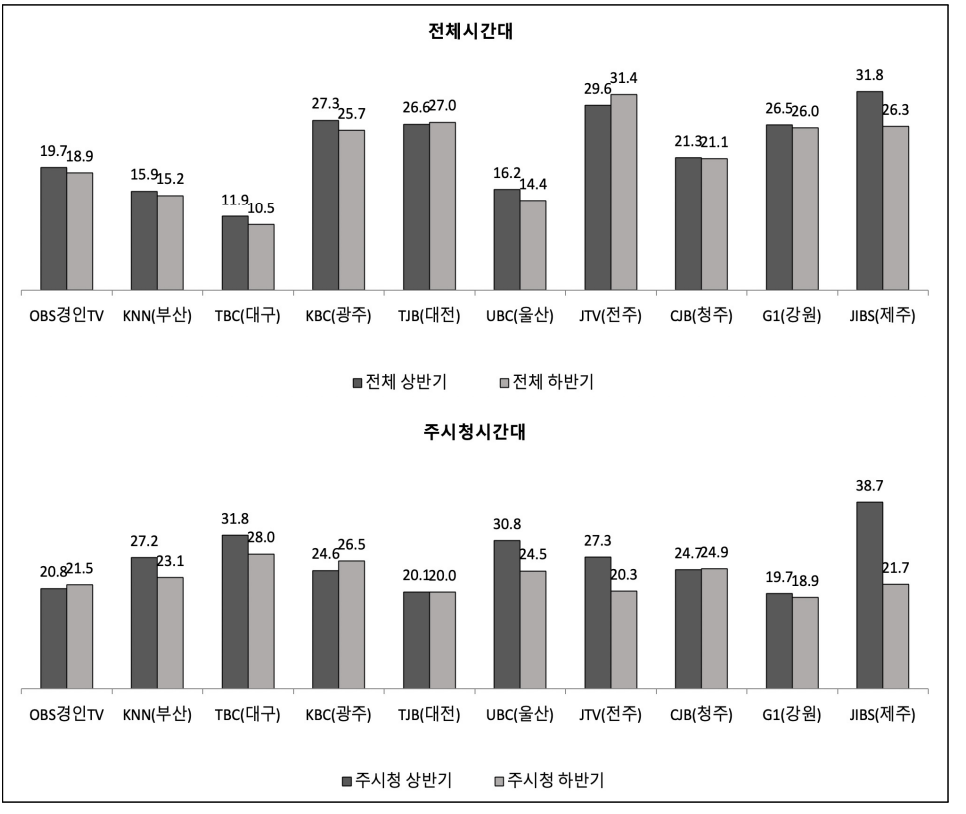


다. 지역민방 텔레비전 채널의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

SBS를 제외한 10개 텔레비전 지역민방은 반기별로 순수 외주제작 방송프로그램을 전체 방송시간의 3.2% 이상 편성해야 한다. 2023년 동안 해당 지역민방 채널의 편성 자료를 분석한 결과, 지역민방 채널 모두 반기별 순수 외주제작 방송프로그램 의무 편성비율인 3.2%보다 상회한 비율로 순수 외주제작 방송프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〔그림 2-22〕).

〔그림 2-22〕 지역민방 TV 채널의 순수 외주제작 프로그램 편성비율 추이(2023년)

(단위: %)



OBS경인TV는 전체시간대 순수 외주제작 방송프로그램의 편성비율이 상반기 19.7%, 하반기 18.9%로 나타났다. 수중계 프로그램을 편성하고 있는 나머지 9개 지역민방 중에서는 대전방송(상반기 31.8%, 하반기 26.3%)과 전주방송(상반기 29.6%, 하반기 31.4%)이 30%에 근접한 수준의 편성비율을 보였으며, 광주방송(상반기 27.3%, 하반기 25.7%)과 대전방송(상반기 26.6%. 하반기 27%) 그리고 지원(상반기 26.5%. 하반기 26%)이 20% 중후반대의 비율로 순수 외주제작 프로그램을 편성하였다. 그 외 나머지 4개 지역민방은 10.5~21.3%의 외주제작물 편성비율을 보였다(전체 방송시간대 기준, 〈표 2-26〉 참조).

〈표 2-26〉 지역민방 TV 채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

지역민방사	전체 시간대		주시청시간대	
	상반기	하반기	상반기	하반기
OBS경인TV	19.7	18.9	20.8	21.5
케이엔엔(KNN)	15.9	15.2	27.2	23.1
티비씨(TBC)	11.9	10.5	31.8	28.0
광주방송(KBC)	27.3	25.7	24.6	26.5
대전방송(TJB)	26.6	27.0	20.1	20.0
울산방송(UBC)	16.2	14.4	30.8	24.5
전주방송(JTV)	29.6	31.4	27.3	20.3
청주방송(CJB)	21.3	21.1	24.7	24.9
지원(G1)	26.5	26.0	19.7	18.9
제주방송(JIBS)	31.8	26.3	31.1	21.7

4. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자의 순수 외주제작 방송프로그램 편성 현황

방송법 시행령 및 편성고시가 개정됨에 따라, 2019년 6월 25일부터 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자(종편PP)에게도 순수 외주제작 방송프로그램 편성의무가 부과되었다. 종편PP는 동일서비스 동일규제 원칙에 따라 종합편성을 행하는 지상파방송사업자 중 MBC·SBS와 동일하게 매 반기 전체 텔레비전 방송시간의 30% 이상, 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 10% 이상 순수 외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

2023년 순수 외주제작 방송프로그램 편성비율을 확인한 결과, 종편PP 4개 채널 모두 법정 의무편성비율을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2-27〉 참조). 먼저 전체 시간 기준으로 4개 채널 중 MBN이 상반기 52.3%, 하반기 47.5%로 순수 외주제작 방송프로그램을 가장 많이 편성한 것으로 나타났다(연편균 49.9%). 다음으로 채널A(상반기 46.9%, 하반기 42.6%)와 JTBC(상반기 43.2%, 하반기 40.2%)가 연평균 40% 초중반대로 순주외주제작 방송프로그램을 편성하였다. TV조선은 상반기 35.7%, 하반기 38.5%로 연평균 37.1%의 편성비율을 보였다.

〈표 2-27〉 종합편성 방송채널의 반기별 순수 외주제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

종합편성방송사	전체 시간대			주시청시간대		
	상반기	하반기	연평균	상반기	하반기	연평균
TV조선	35.7	38.5	**37.1**	37.3	51.4	**44.4**
채널A	46.9	42.6	**44.8**	56.5	46.4	**51.4**
JTBC	43.2	40.4	**41.8**	36.4	34.3	**35.4**
MBN	52.3	47.5	**49.9**	68.1	57.5	**63.1**

제5절 국내제작 방송프로그램의 편성 현황

1. 규제 개요

2023년 기준의 방송법 및 동법 시행령, 편성고시에 따라 방송사업자는 해당 채널의 연간 전체 방송 시간의 일정 비율 이상 국내제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 지상파 종합편성방송사업자는 연간 전체 방송시간의 80% 이상, 지상파 전문편성방송사업자[31]는 60% 이상, 지상파이동멀티미디어방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자는 60% 이상의 국내 제작 방송프로그램 편성 의무가 부과되어 있다. 지상파 외 방송사업자에 대해서는 이보다 낮은 의무 편성비율이 적용된다. 종합유선방송사업자(SO) 및 위성방송사업자는 연간 전체 방송시간의 50% 이상, 방송채널사용사업자(PP)는 40% 이상의 의무편성비율을 적용받는다.[32]

연간 채널 내 전체 방송 시간을 기준으로 산정하는 국내 제작 방송 프로그램 편성 의무 외에도 각 분야별(영화·애니메이션·대중음악)로 연간 국내 제작물 편성의무가 별도로 존

31) 2015년 6월의 편성고시 개정 이후 국내 제작물 의무편성비율과 관련하여 EBS에 대한 특정이 삭제되고 EBS가 포함되는 전문편성사업자에 대한 규정으로 바뀌었다(편성고시 제3조). 단, 제4조 국내 제작 애니메이션의 신규 편성에 관한 규정에서는 EBS에 대한 특정 내용을 유지하고 있다.

32) 방송법 시행령 및 편성고시 개정에 따라, 2022년 1월 1일부터 제3조(국내제작 방송프로그램의 편성비율)의 국내제작 방송프로그램 편성비율 산정기간을 '매반기'에서 '연간'으로 변경하여 시행하였다.

재한다(장르별 쿼터제). 특히 영화, 애니메이션, 대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자에 대해서는 채널 내 전체 방송 시간을 기준으로 하는 국내 제작 방송프로그램 의무 편성비율이 적용되지 않고 분야별(영화·애니메이션·대중음악) 국내 제작물 의무 편성비율만 적용된다.

편성고시에 따라 2023년도 장르별 쿼터는 다음과 같이 적용되었다.

첫째, 영화의 편성과 관련하여 지상파 방송사업자는 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간의 25% 이상, 그 외 방송사업자(종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자)는 20% 이상 국내 제작 영화를 편성하여야 한다. 다만, 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자의 경우 해당 채널의 연간 전체 영화 방송시간의 4% 이상 국내 제작 영화를 편성하여야 한다.

둘째, 애니메이션의 편성과 관련하여 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자 제외)는 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송시간의 45% 이상, 지상파이동멀티미디어방송사업자는 35% 이상, 그 외 방송사업자(종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자)는 30% 이상 국내제작 애니메이션을 편성하여야 한다. 예외적으로 교육을 전문으로 편성하는 방송사업자에게는 해당 채널 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 8% 이상, 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자에 대해서는 4% 이상의 국내 제작 애니메이션 의무 편성비율이 적용된다.

셋째, 대중음악의 편성과 관련해서는 모든 방송사업자가 당해 채널의 연간 전체 대중음악 방송 시간의 60% 이상 국내 제작 대중음악을 편성하여야 한다.

마지막으로 애니메이션 관련하여 국내 제작 애니메이션의 신규 편성에 관한 총량제가 추가로 시행되고 있다(이른바 국내 제작 애니메이션 신규 편성 총량제). 지상파 3사는 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송 시간의 1% 이상, EBS는 0.3% 이상, 지상파 DMB 사업자는 0.1% 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다. 다만 지상파 DMB 사업자에 대해서는 규제 시행 시기가 결정되지 않아 현재까지 시행이 유예된 상태이다.[33]

---

33) 편성고시 부칙(<제2008-135호>, 2008. 12. 31.) 제1조(시행일) 제3항에 제4조(신규로 편성되는 국내제작 애니메이션의 편성비율)에서 지상파이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자에게 2009년까지 시행을 유예하되 시행시기는 따로 결정한다고 명시하고 있으나, 이후 시행시점이 결정되지 않았다.

종합편성PP와 애니메이션 전문PP에는 0.3 ~ 1%의 의무편성비율이 방송사업매출액에 따라 차등적으로 적용된다. 종합편성 PP는 방송사업매출액이 500억 원 미만인 경우 연간 전체 텔레비전 방송시간의 0.3% 이상, 500억 원 이상 600억 원 미만일 경우 0.5% 이상, 600억 원 이상 700억 원 미만일 경우 0.7% 이상, 700억 원 이상일 경우 1% 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다. 애니메이션 전문 PP는 방송사업매출액이 50억 원 이상 100억 원 미만일 경우 0.3% 이상, 100억 원 이상 150억 미만일 경우 0.6% 이상, 150억 원 이상 200억 원 미만일 경우 0.8% 이상, 200억 원 이상일 경우 1% 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다.

2. 지상파 3사와 EBS의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

가. 지상파 3사(서울)와 EBS의 국내제작 방송프로그램 편성비율

2023년 동안 지상파 3사(KBS 서울본부, MBC 본사, SBS)와 EBS의 텔레비전 채널을 대상으로 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 분석하였다(〈표 2-28〉, 〔그림 2-23〕 참조) 해당 채널은 모두 연간 국내 제작 방송 프로그램 의무 편성비율인 80% 이상(EBS의 경우는 60% 이상)의 수준을 유지한 것으로 나타났다. 지상파 3사의 텔레비전 채널 모두 연간 국내 제작 방송 프로그램의 편성비율이 97% 이상이었으며, EBS도 연평균 93.7%의 비율로 국내 제작 방송 프로그램을 편성하였다.

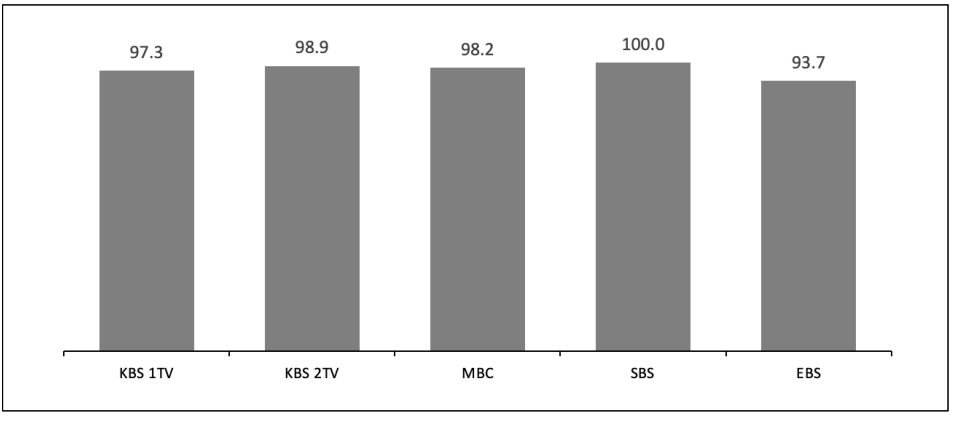
〈표 2-28〉 지상파 3사와 EBS의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균	의무편성비율
KBS 1TV	97.1	97.4	97.3	80% 이상
KBS 2TV	98.8	98.9	98.9	
MBC	97.9	98.6	98.2	
SBS	100.0	100.0	100.0	
EBS	93.4	93.9	93.7	60% 이상

〔그림 2－23〕 지상파 3사와 EBS의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



KBS 서울본부의 9개 라디오 채널(1라디오, 2라디오, 3라디오, 1FM, 2FM, 한민족 제1방송, 한민족 제2방송, 국제방송, 국방FM), MBC 본사의 2개 라디오 채널(AM/표준FM, FM), SBS의 2개 라디오 채널(AM/표준FM, FM)을 대상으로 2023년 국내 제작 방송 프로그램의 편성비율을 분석하였다. 해당 채널은 연간 전체 방송 시간을 모두 국내 제작물로 편성한 것으로 나타났다(100%). 따라서 별도의 도표 제시는 생략한다.

나. 지상파 3사의 분야별 국내 제작물 편성 현황

1) 지상파 3사 TV 채널의 국내제작 영화 편성비율

서울 지역 지상파 3사의 4개 TV 채널에 대하여 2023년 중 국내 제작 영화 편성비율을 분석하였다(전체 영화 방송시간 기준). 해당 채널은 모두 법정 국내 제작 영화 의무 편성비율(25% 이상)을 준수하였다(〔그림 2－24〕 참조).[34]

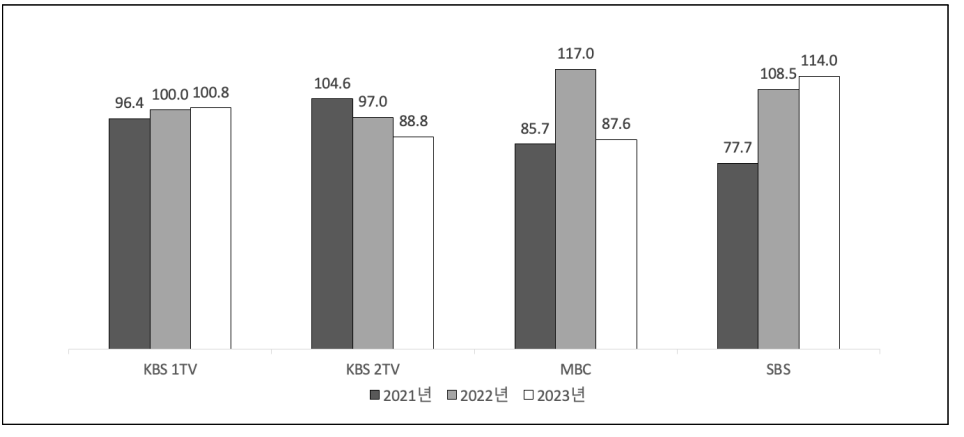
채널별로 국내 제작 영화의 편성비율에는 편차가 있었다. 2023년 KBS 1TV는 연중 편성한 영화 프로그램 방송 시간의 100%를 국내 제작 영화 프로그램으로 편성하였다. KBS 2TV는 88.8%, MBC는 87.6%, SBS는 114%의 편성비율을 기록하였다〔그림 2－24〕 참조). 다

34) 방송법 시행령 제50조 제3항에 따라 주시청시간대에 국내 제작 영화를 편성하는 경우 편성시간 대비 1.5배의 가중치를 부여받는다. 이로 인하여 일부 채널에서는 국내 제작 영화의 연간 편성비율이 100%를 초과하는 현상이 나타나기도 한다.

만 이러한 편성비율은 전체 영화 방송 시간을 분모로 삼아 산정하는 것이므로 편성비율과 별도로 채널별로 실제 연간 전체 영화 방송 시간이 얼마나 되는지도 살펴볼 필요가 있다.

〔그림 2-24〕 지상파 3사 TV 채널의 국내 제작 영화 편성비율(2021~2023년)

(단위: %)



국내 제작 영화가 방영된 실제 시간을 분석한 결과, 2023년 국내 제작 영화 편성비율이 가장 낮았던 MBC가 전체 편성시간 대비 국내 제작 영화를 가장 적게 편성한 것으로 나타났으며(전체 925분, 국내제작 810분), 그 다음 KBS 2TV가 88.8%의 편성비율로 전체 편성시간 대비 국내 제작 영화를 편성하였다(전체 1,515분, 국내 제작 1,345분). 국내 제작 영화 편성비율이 가장 높았던 SBS는 KBS 1TV에 이어 중앙 지상파 TV 방송 중 실제 편성시간이 두 번째로 많았다(전체 1,265분, 국내제작 1,442분). KBS 1TV는 실제 편성시간이 지상파 3사 채널 중 가장 높았으며(전체 5,320분, 국내제작 5,365분), 이는 전년대비 약 12.2%p 정도 증가한 수치였다(〈표 2-29〉 참조).

지상파 3사의 채널에 대하여 국내 제작 영화 편성시간의 전년 대비 증감 정도를 살펴본 결과, 2023년에는 KBS 1TV를 제외한 지상파 채널 모두 전년대비 국내 제작 영화 편성 시간이 감소한 것으로 나타났다(〈표 2-29〉 참조).[35]

35) 본문에서 소개된 채널별 국내제작 영화 편성시간 역시 주시청시간대 편성 시 1.5배의 가중치가 부여된 편성시간에 해당한다.

〈표 2－29〉 지상파 3사의 국내제작 영화 편성시간 변동추이(2021～2023년)

(단위: 분)

채널	영화 편성시간(분)				전년대비 증감(비율)	
	2022년		2023년			
	영화전체	국내제작	영화전체	국내제작	영화전체	국내제작
KBS 1TV	4,780	4,780	5,320	5,365	540 (11.3%)	585 (12.2%)
KBS 2TV	1,680	1,629	1,515	1,345	▼165 (-9.8%)	▼284 (-17.4%)
MBC	945	1,106	925	810	▼20 (-2.1%)	▼296 (-26.8%)
SBS	1,820	1,975	1,265	1,442	▼555 (-30.5%)	▼533 (-27%)
합계	9,225	9,490	9,025	8,962	▼200 (-2.2%)	▼528 (-5.6%)

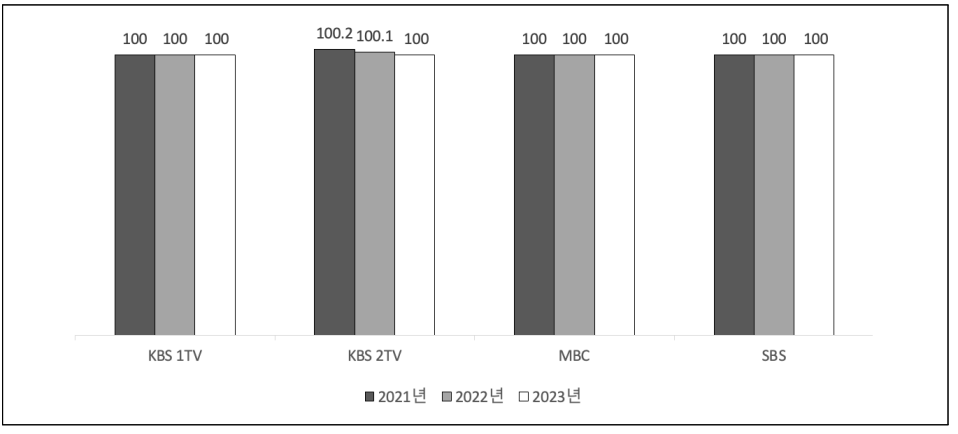
지상파 방송 3사 4채널의 전체 영화 방송시간은 2022년 9,225분에서 2023년 9,025분으로 전년에 비해 200분(2.2%) 가량 소폭 감소하였다. 국내제작 영화 역시 2022년 9,490분에서 2023년 8,962분으로 전년대비 528분(5.6%) 감소했다. 영화 편성시간이 가장 많이 감소한 채널은 SBS로 2022년에는 편성시간이 1,820분이었으나, 2023년에는 이보다 555분 적게 편성된 1,265분이었다(30.5% 감소). 국내 제작 영화 방송시간 역시 전년 대비 27%(533분) 감소해 실제 방송 시간에서도 편성 비율이 가장 많이 감소한 것으로 나타났다. 반면, MBC는 전체 영화 방송 시간이 전년 대비 20분 감소(12.4%)하며 지상파 방송 3사 4채널 중 가장 적은 감소폭을 보였다. 그러나 국내제작 영화 방송시간의 경우 전년대비 296분 감소(26.8%)하며 전체 영화 방송 시간의 감소 정도에 비해 국내 제작 영화의 방송 시간이 더 많이 감소했다(〈표 2－29〉 참조).

2) 지상파 3사 TV 채널의 애니메이션 분야 국내 제작물 편성비율

지상파 3사의 4개 TV 채널(서울 기준)에 대하여 2023년 국내 제작 애니메이션 편성비율을 분석하였다. 분석 결과, 지상파 3사 채널은 전체 애니메이션 방송 시간 100%를 국내 제작물로 편성하여 법정 의무 편성비율(45% 이상)을 준수한 것으로 나타났다(〔그림 2－25〕 참조).[36]

〔그림 2－25〕 지상파 3사 TV 채널의 국내제작 애니메이션 편성비율(2021～2023년)

(단위: %)



그러나 앞서 국내 제작 영화의 사례에서처럼, 편성비율 외에도 실제로 채널에서 애니메이션을 편성한 시간(분)과 그 증감 정도를 분석할 필요가 있다.

조사 결과 지상파 3사의 채널에서 애니메이션 편성시간은 2022년 24,961분에서 2023년 23,180분으로 1,781분(7.1%) 가량 감소하였으며, 국내 제작 애니메이션 편성시간은 2022년 대비 1,791분(7.2%) 감소하였다(〈표 2－30〉 참조).

KBS 1TV와 2TV, MBC, SBS 모두 2023년 전체 애니메이션 편성시간이 2022년보다 감소한 것으로 나타났다. 그 중 두드러지게 편성시간이 감소한 채널은 SBS로, 2022년 7,711분에서 2023년 6,525분으로 1,186분(15.4%) 줄었으며, 전년과 동일하게 편성한 모든 애니메이션이 국내 제작물이었다. KBS 2TV는 2022년에 비해 전체 애니메이션 편성시간이 140분(1.8%) 소폭 감소한 것으로 나타났다. 애니메이션 편성시간의 감소폭이 가장 낮은 채널은 MBC로 전체 애니메이션 방송 시간이 전년 대비 15분 감소(0.3%)하였으며, 편성한 애니메이션은 모두 국내 제작물이었다(〈표 2－30〉 참조).

---

36) 편성고시에 의거하여 주시청시간대에 국내제작 애니메이션을 편성하는 경우 편성시간 대비 1.5배의 가중치를 부여받는다(제11조 제2항). 또한 국내제작 애니메이션을 어린이들이 주로 시청하는 시간대에 신규 편성하는 경우 편성시간 대비 1.5배의 가중치를 부여받는다(제11조 제3항). 어린이들이 주로 시청하는 시간대는 평일 7시~9시와 17시~20시, 주말 및 공휴일 7시 30분~11시와 14시~20시를 말한다.

〈표 2－30〉 지상파 3사의 국내제작 애니메이션 편성시간 변동추이(2021～2023년)

(단위: 분)

채널	애니메이션 편성시간				전년대비 증감(비율)	
	2022년		2023년			
	전체 애니메이션	국내제작	전체 애니메이션	국내제작	전체 애니메이션	국내제작
KBS 1TV	4,255	4,255	3,815	3,815	▼440 (-10.3%)	▼440 (-10.3%)
KBS 2TV	7,840	7,850	7,700	7,700	▼140 (-1.8%)	▼150 (-1.9%)
MBC	5,155	5,155	5,140	5,140	▼15 (-0.3%)	▼15 (-0.3%)
SBS	7,711	7,711	6,525	6,525	▼1,186 (-15.4%)	▼1,186 (-15.4%)
합계	24,961	24,971	23,180	23,180	▼1,781 (-7.1%)	▼1,791 (-7.2%)

3) 지상파 3사 텔레비전・라디오 채널의 대중음악 분야 국내 제작물 편성비율

지상파 3사의 4개 지상파 텔레비전 채널(서울 기준)에 대하여 2023년 국내제작 대중음악 프로그램의 편성비율을 분석하였다. 분석 결과, 지상파 모든 채널에서 100%의 연간 국내제작 대중음악 편성비율을 기록하여 법정 의무 편성비율(60% 이상)을 충족했다. 별도의 도표는 생략한다.

해당 4개 채널에 대하여 전년 대비 전체 대중음악 편성시간의 증감 정도를 분석하였다. KBS 2TV를 제외한 3개 채널이 모두 전년 대비 대중음악 편성 시간이 소폭 증가하였으나, 전체적으로 4개 채널의 대중음악 편성시간이 2022년에 비해서 1,440분(3.5%) 정도 감소한 것으로 나타났다. 이는 KBS 2TV의 대중음악 프로그램 편성시간이 전년 대비 3,420분(21.2%)으로 크게 감소했기 때문으로 보인다. 한편, KBS 1TV는 전년 대비 대중음악 프로그램 편성시간이 1,295분(11.3%) 증가하며 4개 채널 중 가장 큰 증가를 보였다. 마찬가지로 MBC도 전년도에 비해 전체 대중음악 프로그램 편성시간을 495분(5.4%) 더 편성하였다. SBS 역시 편성시간이 증가했는데, 전년 대비 4.6%(190분) 증가해 대중음악 프로그램 편성시간을 소폭 늘린 것으로 확인되었다(〈표 2－31〉 참조).

〈표 2-31〉 지상파 3사 TV채널의 국내제작 대중음악 편성시간 변동추이(2021~2023년)

(단위: 분)

채널	대중음악 편성시간				전년대비 증감(비율)	
	2022년		2023년			
	전체 대중음악	국내제작	전체 대중음악	국내제작	전체 대중음악	국내제작
KBS 1TV	11,450	11,450	12,745	12,745	1,295 (11.3%)	1,295 (11.3%)
KBS 2TV	16,120	16,120	12,700	12,700	▼3,420 (-21.2%)	▼3,420 (-21.2%)
MBC	9,095	9,095	9,590	9,590	495 (5.4%)	495 (5.4%)
SBS	4,090	4,090	4,280	4,280	190 (4.6%)	190 (4.6%)
합계	40,755	40,755	39,315	39,315	▼1,440 (-3.5%)	▼1,440 (-3.5%)

다음으로 지상파 3사가 운영하는 11개 종합편성・전문편성 라디오 채널들(서울 기준)을 대상으로 2023년 국내 제작 대중음악의 연간 편성비율을 분석하였다. 전체 방송시간 중 대중음악의 편성이 있었던 8개 채널(KBS 2라디오, KBS 2FM, KBS 국방FM, KBS 국제방송, MBC AM/표준FM, MBC FM, SBS AM/표준FM, SBS FM)은 모두 국내 제작 대중음악의 연간 편성비율이 100%를 기록하였다. 따라서 별도의 도표는 생략한다.

다. EBS 텔레비전・라디오 채널의 분야별 국내 제작물 편성 현황

교육 분야 전문 방송사인 EBS의 지상파 TV 채널에서는 국내 제작 영화를 연간 전체 영화 편성시간의 25% 이상, 국내 제작 애니메이션을 연간 전체 애니메이션 편성시간의 8% 이상, 국내 제작 대중음악을 연간 전체 대중음악 프로그램 편성시간의 60% 이상 방영해야 한다. 국내 제작 신규 편성 애니메이션 의무 편성 규정에 근거하여 애니메이션 방송 시간이 아니라 전체 방송 시간을 기준으로 하여 연간 0.3% 이상 국내 제작 신규 편성 애니메이션을 방송해야 한다. EBS 라디오는 이상의 규정 중 영상물인 영화, 애니메이션을 제외한 나머지 분야에 대한 규정들이 적용된다.

먼저 EBS의 텔레비전 채널에 대하여 2023년 편성자료를 분석하였다. 국내제작 영화의

편성비율은 26.8%, 국내제작 애니메이션의 편성비율은 72.6%를 기록하여 국내제작 영화 및 애니메이션의 의무 편성비율을 충족한 것으로 나타났다(〈표 2－32〉 참조). EBS는 전년도와 마찬가지로, 2023년 중 대중음악 프로그램을 편성하지 않아 이에 대한 별도의 분석은 수행하지 않았다.

EBS의 2023년 국내 제작 영화 편성비율(26.8%)은 2022년(26.3%)보다 약 0.5%p 증가 했으나 실제 편성된 국내 제작 영화의 방송 시간은 6,143분으로 2022년 6,475분보다 332분(5.1%) 감소했다. 이는 EBS의 전체 영화 방송 시간이 2022년 24,621분에서 2023년 22,880분으로 1,741분(7.1%) 감소했기 때문이다. 국내 제작 영화의 편성시간이 감소했으나, 전체 영화 방송 시간의 감소보다 적은 비율로 감소했기 때문에 국내 제작 영화의 편성 비율은 오히려 소폭 증가했다(〈표 2－32〉 참조).

EBS의 2023년 국내제작 애니메이션 편성비율(72.6%)은 2022년(71.8%)에 비해 0.8%p 근소하게 증가했다. 영화와 마찬가지로 실제 국내 제작 애니메이션의 편성시간은 2022년 35,672분에서 32,702분으로 2,970분, 약 8.3%가 감소했으나, 전체 애니메이션의 방송 시간이 2022년 49,649분에서 45,019분으로 더 많이 감소(-4,630분, 9.3% 감소)하며 편성 비율은 증가하는 현상이 관찰됐다.

전반적으로 EBS는 국내 제작 애니메이션을 가장 많이 방송한 지상파 방송사이다. 2023년 EBS는 지상파 3사에서 편성한 국내 제작 애니메이션 총량(23,180분)보다 약 1.4배 이상 많은 방송 시간(32,702분)을 국내 제작 애니메이션 편성에 할애하였다(〈표 2－30〉, 〈표 2－32〉 참조).

한편, EBS의 FM 라디오채널에서는 2023년 중 대중음악 프로그램을 편성하지 않았으므로 분석의 대상에서 제외한다.

〈표 2－32〉 EBS의 국내제작 영화 및 애니메이션 편성시간 변동추이(2022～2023년)

(단위: 분)

	2022년		2023년		전년대비 증감(비율)	
	전체	국내제작	전체	국내제작	전체	국내제작
영화	24,621	6,475 (26.3%)	22,880	6,143 (26.8%)	▼1,741 (-7.1%)	▼332 (-5.1%)
애니메이션	49,649	35,672 (71.8%)	45,019	32,702 (72.6%)	▼4,630 (-9.3%)	▼2,970 (-8.3%)

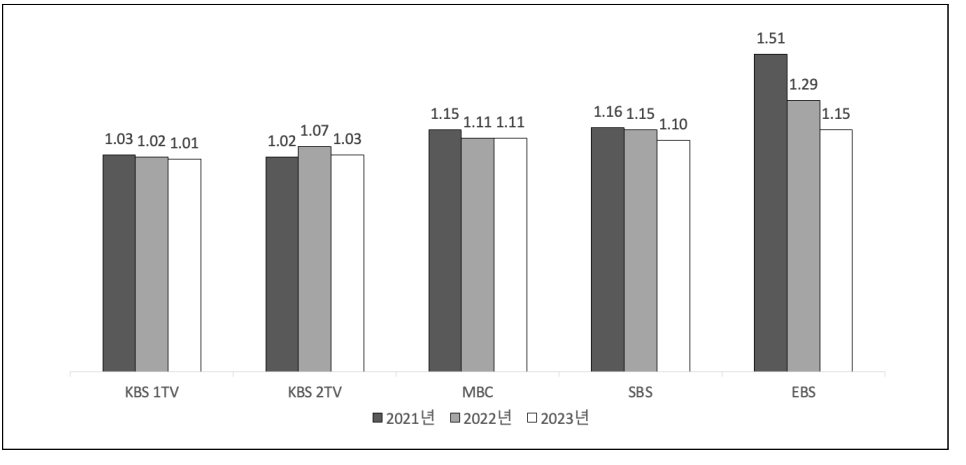
라. 지상파 3사(서울)와 EBS의 국내 제작 애니메이션 신규 편성비율

지상파 3사는 채널별로 매년 전체 텔레비전 방송 시간의 1% 이상을, EBS는 전체 텔레비전 방송 시간의 0.3% 이상을 국내 제작 애니메이션의 신규 편성에 할애하여야 한다.

지상파 3사 및 EBS 텔레비전 채널의 2023년 편성자료를 분석한 결과, 5개 채널 모두 전년도와 마찬가지로 의무 편성비율을 준수한 것으로 나타났다. 전년도와 마찬가지로, 2023년에도 가장 낮은 법정 의무 편성비율(0.3% 이상)이 적용되는 EBS가 가장 높은 국내 제작 애니메이션 신규 편성비율(1.15%)을 기록하였다. 그러나 2021년(1.51%)과 2022년(1.29%)에 비해 EBS의 신규 편성비율이 소폭 감소한 것으로 나타났다. 이어서 MBC와 SBS가 그 다음 높은 비율로 국내 제작 애니메이션을 신규 편성하였다(MBC 1.11%, SBS 1.10%). KBS 1TV와 2TV는 각각 1.01%, 1.02%를 기록하면서 법정 의무편성비율을 준수하였다〔그림 2-26〕 참조).

〔그림 2-26〕 지상파 3사와 EBS의 국내제작 애니메이션 신규 편성비율(2021~2023년)

(단위: %)



3. 지역민방의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등

가. 지역민방의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황

SBS를 제외한 10개 지역민방의 TV 채널에 대하여 2023년 국내 제작 방송 프로그램의 연평균 편성비율을 분석하였다. 해당 채널은 모두 국내 제작 방송 프로그램 편성 규정(80% 이상)을 준수하였다(〈표 2-33〉, 〔그림 2-27〕 참조). OBS경인TV를 제외한 9개의 지역민방 방송사들은 거의 100%에 육박하는 높은 비율로 국내 제작 방송 프로그램을 편성하였다. OBS경인TV가 가장 낮은 비율(연평균 84.1%)로 국내 제작 방송 프로그램을 편성했으나, 의무편성비율의 하한선인 80%는 상회했다.

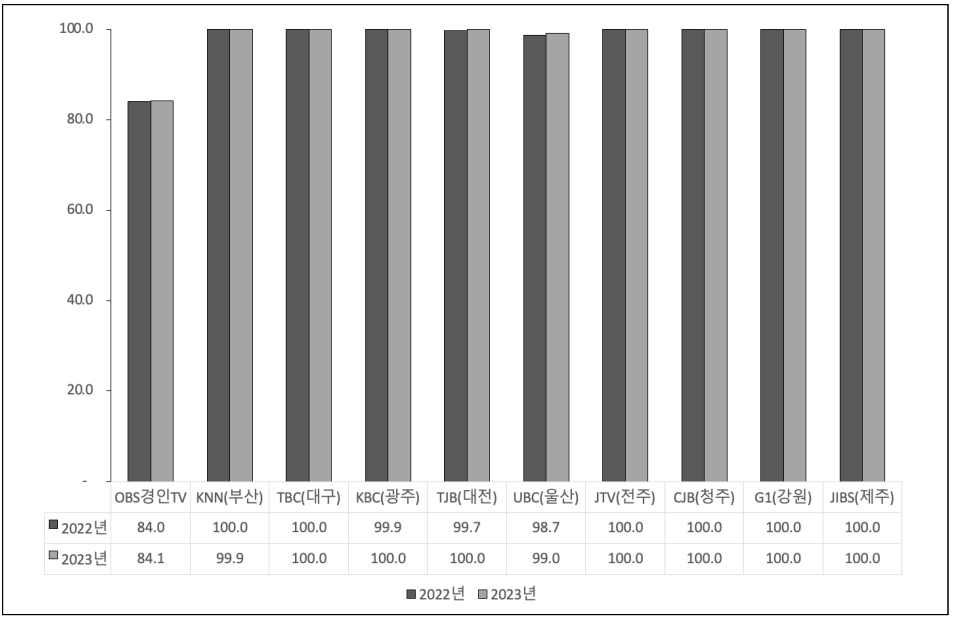
〈표 2-33〉 지역민방 TV 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사	상반기	하반기	연평균	의무편성비율
OBS경인TV	83.8	84.5	84.1	80% 이상
케이엔엔(KNN)	100.0	99.9	99.9	
티비씨(TBC)	100.0	100.0	100.0	
광주방송(KBC)	100.0	100.0	100.0	
대전방송(TJB)	100.0	100.0	100.0	
울산방송(UBC)	98.9	99.0	99.0	
전주방송(JTV)	100.0	100.0	100.0	
청주방송(CJB)	100.0	100.0	100.0	
지원(G1)	99.9	100.0	100.0	
제주방송(JIBS)	100.0	100.0	100.0	

〔그림 2-27〕 지역민방 TV 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)



	OBS경인TV	KNN(부산)	TBC(대구)	KBC(광주)	TJB(대전)	UBC(울산)	JTV(전주)	CJB(청주)	G1(강원)	JIBS(제주)
2022년	84.0	100.0	100.0	99.9	99.7	98.7	100.0	100.0	100.0	100.0
2023년	84.1	99.9	100.0	100.0	100.0	99.0	100.0	100.0	100.0	100.0

다음으로 지역민방이 운영하는 라디오 채널(KNN 2FM 포함 11개)은 모두 주요 지상파 3사의 라디오 채널과 마찬가지로 100%의 비율로 연간 전체 방송 시간을 국내 제작 방송 프로그램으로 편성하였다. 별도의 도표 제시는 생략한다.

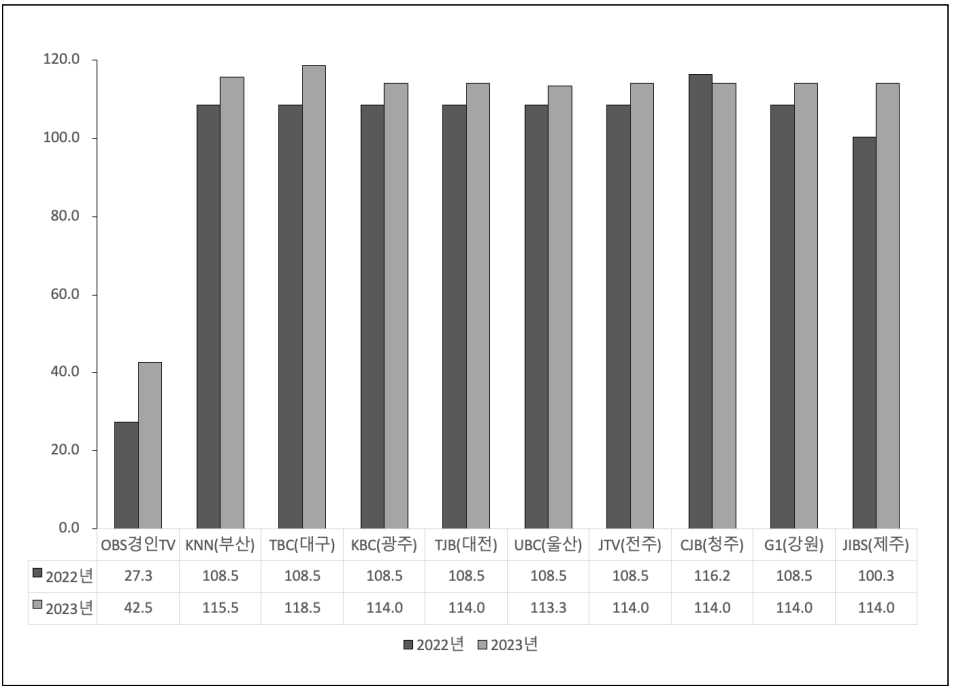
나. 지역민방의 분야별 국내 제작물 편성 현황

1) 지역민방 TV 채널의 영화 분야 국내 제작물 편성비율

10개 지역민방 TV 채널에 대하여 2023년 중 연간 국내 제작 영화 편성비율을 분석하였다(〔그림 2-28〕 참조). OBS경인TV를 제외한 모든 채널은 모두 법정 비율(25%)을 웃도는 수준의 높은 편성비율을 보였다. OBS경인TV의 2023년 국내 제작 영화 편성비율은 42.5%로 지역민방 중 가장 낮게 나타났지만, 이는 2022년(27.3%) 대비 15.2%p 증가한 것으로 전년도에 비해 국내 제작 영화 편성을 크게 늘렸음을 확인할 수 있다.

〔그림 2-28〕 지역민방 TV 채널의 국내 제작 영화 편성비율(2022~2023년)

(단위: %)



	OBS경인TV	KNN(부산)	TBC(대구)	KBC(광주)	TJB(대전)	UBC(울산)	JTV(전주)	CJB(청주)	G1(강원)	JIBS(제주)
2022년	27.3	108.5	108.5	108.5	108.5	108.5	108.5	116.2	108.5	100.3
2023년	42.5	115.5	118.5	114.0	114.0	113.3	114.0	114.0	114.0	114.0

그러나 이러한 수치는 비율지표의 성격상 해당 채널에서 국내 제작 영화의 편성시간을 그대로 반영하지 않는다. 실제로 10개 지역민방 텔레비전 채널의 2023년 전체 영화 방송시간과 국내 제작 영화 편성시간을 살펴보면, OBS경인TV의 전체 영화 방송시간이 16,835분, 국내 제작 영화 편성 시간은 7,161분으로 나타나 다른 지역민방 채널보다 영화 편성시간이 압도적으로 높았다(〈표 2-34〉 참조). OBS경인TV의 전체 영화 중 국내 제작 영화 편성시간 비율(42.5%)은 다른 지역민방 채널에 비해 매우 낮은 것처럼 보이지만, 절대적인 편성시간량을 기준으로 하면 다른 지역민방 채널보다 국내 제작 영화를 더 많이 편성했다.

〈표 2－34〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 영화 편성시간(2023년)

(단위: 분)

	OBS 경인TV	케이엔엔 (KNN)	티비씨 (TBC)	광주방송	대전방송	울산방송	전주방송	청주방송	지원 (G1)	제주방송
영화 전체	16,835	1,145	1,265	1,265	1,265	1,335	1,265	1,265	1,265	1,265
국내 제작	7,161	1,323	1,499	1,442	1,442	1,513	1,442	1,442	1,442	1,442

2) 지역민방 TV 채널의 애니메이션 분야 국내 제작물 편성비율

2023년 10개 지역민방 TV 채널의 국내 제작 애니메이션 편성비율을 분석하였다. OBS경인TV를 제외한 9개의 채널 모두 전체 애니메이션 편성시간을 국내 제작물로 편성하여 법정 의무 편성비율(45% 이상)을 준수하였다. OBS경인TV는 전체 애니메이션 방송 시간이 890분, 국내제작 편성시간이 700분을 기록하며, 78.7%를 편성했다. 나머지 지역민방 TV 채널의 실제 편성 시간을 살펴보면, 전년도와 마찬가지로 지원(G1)이 국내 제작 애니메이션을 연간 7,880분 방영하며 가장 많은 시간에 편성했다. 지원(G1)을 제외한 나머지 지역민방 TV 채널도 5,850~7,239분을 방송한 것으로 나타났다(〈표 2－35〉 참조).

〈표 2－35〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 애니메이션 편성시간(2023년)

(단위: 분)

	OBS 경인TV	케이엔엔 (KNN)	티비씨 (TBC)	광주방송	대전방송	울산방송	전주방송	청주방송	지원 (G1)	제주방송
애니메이션 전체	890	6,525	5,850	6,525	6,525	6,945	6,525	6,525	7,880	6,525
국내제작 애니메이션	700	6,525	5,850	7,239	6,525	6,945	7,238	6,525	7,880	7,239

주: 편성고시 제11조(편성비율 산정 및 산정제외 방송시간) 제2항에 의거하여, 주시청시간대에 국내제작 애니메이션을 편성하는 경우에는 편성시간의 1.5배의 가중치를 부여받기 때문에, 일부 채널에서는 국내제작 애니메이션 편성시간이 전체 애니메이션 방송시간을 초과함.

3) 지역민방 채널의 대중음악 분야 국내 제작물 편성비율

국내 제작 대중음악 편성과 관련하여 10개 지역민방 채널은 모두 법정 의무편성비율(60% 이상)을 준수하였으며, 편성된 모든 대중음악 프로그램은 100% 국내 제작물이었다.

〈표 2-36〉에서 확인할 수 있듯, 지역민방 채널들의 2023년 전체 대중음악 방송 시간을 확인한 결과, 전주방송이 21,020분으로 10개 지역민방 채널 중 대중음악 프로그램을 가장 많이 편성하였으며, OBS경인TV가 11,095분으로 최저치를 기록했다. 그 외 지역민방 채널의 방송 시간은 12,850~18,745분의 범위에 있었다.

〈표 2-36〉 지역민방 TV 채널의 연간 국내제작 대중음악 편성시간(2023년)

(단위: 분)

	OBS 경인TV	케이엔엔 (KNN)	티비씨 (TBC)	광주방송	대전방송	울산방송	전주방송	청주방송	지원 (G1)	제주방송
대중음악 전체	11,095	12,850	13,300	17,004	17,596	16,995	21,020	17,845	18,030	18,745
국내제작	11,095	12,850	13,300	17,004	17,596	16,995	21,020	17,845	18,030	18,745

지역민방(OBS경인TV 제외, 경인방송 추가)이 운영하는 라디오 채널(11개)은 거의 모든 방송 시간을 음악 중심으로 편성하는 라디오 채널의 특성 때문에 전체 대중음악 편성시간이 연간 417,125~525,600분에 달했다. 해당 채널에 대하여 2023년 국내 제작 대중음악 편성비율을 분석한 결과, 분석대상 채널 모두 국내제작 대중음악을 100% 편성한 것으로 나타났다. 따라서 이에 대한 별도의 분석과 도표는 생략한다.

4. 지상파 DMB 채널의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

가. 지상파 DMB TV 및 라디오 채널의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

2023년 지상파 3사(KBS 서울본부, MBC 본사, SBS), 개별 지상파 DMB 사업자, 혹은 지상파 DMB PP가 운영하는 지상파 DMB TV 및 라디오 채널은 모두 국내 제작 방송 프로그램 의무편성비율을 준수한 것으로 나타났다.[37] 해당 10개 지상파 DMB 채널은 연평균 97%를 넘는 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 기록하였다(〈표 2-37〉 참조).

〈표 2-37〉 주요 지상파 DMB 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사업자 및 채널			연평균	의무편성비율
KBS	TV	U KBS 스타	97.3	60% 이상
	TV	U KBS 하트	98.9	
	라디오	U KBS 뮤직	100.0	
	라디오	U KBS 클로버	100.0	
MBC	TV	MY MBC TV	98.2	
	라디오	올댓뮤직	100.0	
SBS	TV	SBS ⓤ TV	100.0	
	라디오	SBS ⓤ RADIO	100.0	
YTN DMB	TV	ⓜ YTN	100.0	
한국 DMB[38]	TV	QBS	100.0	

나. 지역 지상파 DMB 텔레비전·라디오 채널의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

MBC 지역계열사 또는 지역민방이 운영하는 지역 DMB TV 및 라디오 채널[39]에 대하여

37) 2015년 6월부터 시행되는 편성고시에서는 지상파 3사의 DMB와 그 외 방송사업자의 지상파 DMB에 대한 구분을 없애고 모든 지상파 DMB에 대해 60% 이상 국내 제작물을 편성하도록 하고 있다.

38) 한국DMB는 2023년 12월 28일부로 방송을 종료함에 따라, 해당 채널의 하반기 데이터는 7~11월, 연평균 데이터는 1~11월까지 평균값이다.

39) 지역 MBC의 DMB 라디오 채널은 광주 MBC 라디오를 제외하고 모두 2015년 하반기에 서비스가 중단되었다.

2023년 연평균 편성자료를 분석하였다. 분석 결과, 해당 채널 모두 100% 또는 이에 육박하는 비율로 국내 제작 방송 프로그램을 편성하여 규정을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2-38〉 참조).

〈표 2-38〉 지역 지상파 DMB 채널의 연평균 국내제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사업자 및 채널			연평균	의무편성비율
부산 MBC	TV	MY MBC TV	98.2	60% 이상
광주 MBC	TV	MY MBC TV	98.4	
춘천 MBC	TV	MY MBC TV	98.3	
대전 MBC	TV	MY MBC TV	98.2	
안동 MBC	TV	MY MBC TV	98.3	
제주 MBC	TV	MY MBC TV	98.2	
케이엔엔(KNN)	TV	KNN ⓤ	99.9	
	TV	ubc ⓤ	100.0	
광주방송(KBC)	TV	KBC ⓤ	100.0	
	TV	mYTN	100.0	
지원(G1)	TV	Hi-G1	100.0	
	TV	GO-G1	100.0	
대전방송(TJB)	TV	TJB ⓤ	100.0	
	TV	YTN CJB ⓤ	100.0	
티비씨(TBC)	TV	TBC ⓤ	100.0	
	TV	mYTN	100.0	
제주방송(JIBS)	TV	JIBS ⓤ DMB1	100.0	
	TV	JIBS ⓤ DMB2	100.0	

5. 종합유선방송사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황

종합유선방송사업자(이하 SO)는 제한된 수의 방송 채널을 직접 운용할 수 있다. 이러한 채널을 직접사용채널(이하 직사채널)이라 부른다. 편성고시에 의거하여 SO의 직사채널은 연간 전체 방송시간의 50% 이상을 국내 제작 방송 프로그램으로 편성하여야 한다. 그러나 2014년부터 일부 직사채널이 지역채널로 전환되고, 일부는 폐지 및 채널 운영이 종료되었

다.[40] 2023년에는 4개의 개별 직사채널이 국내 제작 프로그램 편성비율을 제출하였다. 자료가 제출된 직사채널의 연평균 국내 제작 편성비율은 모두 규정을 준수하였으며, 모든 채널이 국내 제작물을 100% 편성하였다(〈표 2－39〉 참조).

〈표 2－39〉 SO 직사채널의 국내제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

계열	SO	채널번호	연평균
개별 (4)	(주)아름방송네트워크	ch 100	100
	남인천방송(주)	ch 37	100
	(주)한국케이블TV광주방송	ch 21	100
	(주)한국케이블TV제주방송	ch 20	100

6. 위성방송사업자의 국내제작 방송프로그램 편성 현황

2023년 기준 방송법령 및 편성고시에 의거하여 위성방송사업자(위성 DMB 사업자 포함)의 직사채널에 대해서도 연평균 50% 이상의 국내 제작 방송프로그램 의무 편성비율이 적용된다. 이러한 편성기준에 따라 Sky Guide[41]의 국내 제작 방송프로그램 편성비율은 연평균 100%의 비율로 규정을 준수한 것으로 나타났다(〈표 2－40〉 참조).

〈표 2－40〉 위성방송의 국내제작 방송프로그램 편성현황(2023년)

(단위: %)

방송사업자		채널명	연평균
일반 위성방송	㈜케이티 스카이라이프	Sky Guide	100.0

40) 2014년에 운영 중이던 직사채널 가운데 씨제이헬로비전의 전북방송, 호남방송은 2015년에 지역채널로 변경되었으며, HCN의 경북방송, 금호방송, 새로넷방송은 방송이 종료되었다. 또한 2019년 4월 ㈜엘지헬로비전(구 ㈜씨제이헬로)에서 런칭된 23개의 직접사용채널이 2021년 6월 9일부로 운영 종료하였으며, 금강방송 역시 2021년 11월 2일부로 채널 운용을 종료하였다.

41) 2014년에 직사채널로 운영되던 4개 채널 가운데 Sky3D는 2014년 10월 방송 종료, Sky Guide는 2014년 8월 Sky Plus에서 채널명이 변경되었다.

7. 종합편성 방송채널사용사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등

종합편성과 전문편성 구분 없이 방송채널사용사업자(PP)는 연간 전체 방송 시간의 40% 이상 국내 제작 방송 프로그램을 편성해야 한다. 또한 장르별로 연간 전체 영화 방송 시간의 20% 이상, 연간 전체 애니메이션 방송시간의 30% 이상, 연간 전체 대중음악 방송 시간의 60% 이상 국내 제작물을 편성해야 하는 장르별 국내 제작물 쿼터가 적용된다.

종합편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 종편PP) 4개 채널에 대하여 2023년 연평균 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 분석하였다. 종편PP 4개 채널은 모두 법정 의무 편성비율을 넘어서는 연평균 88.6~99.2%의 범위로 국내 제작 방송 프로그램을 편성한 것으로 나타났다(〈표 2-41〉 참조).

4개 채널 중 TV조선이 연평균 99.2%의 높은 비율로 국내 제작 방송 프로그램을 편성한 반면, 채널A가 연평균 88.6%로 4개 채널 중 가장 낮은 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 보였다. 이는 전년도 TV조선(96.1%)과 채널A(87.3%)보다 소폭 증가한 수치였다. JTBC는 2022년 편성비율(93.9%)보다 소폭 상승한 94.6%의 연평균 비율로 국내 제작 방송 프로그램을 편성하였으며, MBN은 2022년 편성비율인 92.2%보다 0.8%p 감소한 91.4%를 기록했다. 비율 면에서 조금씩 차이는 있으나, 종편PP 4개 채널의 국내 제작 방송 프로그램 편성비율 자체는 모두 높은 수준이었다.

〈표 2-41〉 종편 PP 채널의 연평균 국내제작 방송프로그램 편성비율(2022~2023년)

(단위: %)

채널명	2022년	2023년
TV조선	96.1	99.2
채널A	87.3	88.6
JTBC	93.9	94.6
MBN	92.2	91.4

종편PP 4개 채널의 2023년 동안의 분야별 국내 제작물 편성비율을 분석하였다(〈표 2-42〉 참조). 종편PP 4개 채널 모두 영화, 애니메이션, 대중음악 장르별 국내 제작물 의무 편성비율(각각 20%, 30%, 60%)을 준수하였다.

MBN은 영화를 연간 7,415분 편성하여 4개 채널 중 영화를 가장 많이 편성한 것으로 나타났다. 그러나 전체 영화 방송 시간 중 국내 제작 영화 편성비율은 24,9%를 기록하면서 4개 채널 중 가장 낮은 국내 제작 영화 편성비율을 보였다. 이 외에 TV조선, 채널A, 그리고 JTBC의 전체 영화 편성시간은 각각 340분, 130분, 880분으로 비교적 적었지만, 국내 제작 영화 편성비율은 채널A 100%, JTBC 100%, TV조선 76.5%로, 대부분의 영화 시간을 국내 제작물로 채운 것으로 나타났다.

애니메이션 편성에서는 종편PP 4개 채널 모두 100%의 국내 제작물 편성비율을 기록하였다. 물론 채널마다 애니메이션 편성시간은 다르게 나타났다. TV조선은 연간 10,400분의 애니메이션을 편성하여 4개 채널 중 애니메이션을 가장 많이 편성하였고, 채널A가 5,460분으로 애니메이션을 가장 적게 편성하였다.

대중음악 분야에서는 종편PP 4개 채널 모두 100%의 국내 대중음악 편성비율을 기록하였다. 실제 국내 제작 대중음악의 방송시간을 확인해 본 결과, TV조선이 82,865분으로 대중음악을 가장 많이 편성한 것으로 나타났으며, MBN(45,390분). 채널A(350분), JTBC(280분)가 그 뒤를 따랐다.

〈표 2－42〉 종편 PP 채널의 연간 분야별 국내 제작물 편성비율(2023년)

(단위: 분)

채널명	영화(20%)		애니메이션(30%)		대중음악(60%)	
	전체 방송 시간	국내 제작물 시간 (편성비율)	전체 방송 시간	국내 제작물 시간 (편성비율)	전체 방송 시간	국내 제작물 시간 (편성비율)
TV조선	340	260 (76.5%)	10,400	10,400 (100%)	82,865	82,865 (100%)
채널A	130	130 (100%)	5,460	5,460 (100%)	350	350 (100%)
JTBC	880	880 (100%)	7,570	7,570 (100%)	280	280 (100%)
MBN	7,415	1,845 (24.9%)	6,060	6,060 (100%)	45,390	45,390 (100%)

주: 영화(20%), 애니메이션(30%), 대중음악(60%)의 괄호 안 수치는 해당 분야 의무편성비율임

8. 전문편성 방송채널사용사업자의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황 등

가. 전문편성PP의 국내 제작 방송 프로그램 편성 현황

2023년 기준 방송법령 및 편성고시에 의거하여 전문편성을 행하는 방송채널사용사업자(이하 전문편성PP)는 채널별로 연간 국내 제작 방송 프로그램을 전체 방송시간의 40% 이상 편성하여야 한다. 다만 영화, 애니메이션, 대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자는 전체 방송시간의 40% 이상이라는 국내 제작 방송 프로그램 편성규제를 적용받지 않고 각 장르별 국내 제작물 쿼터만을 적용받는다.[42]

지상파 DMB PP와 데이터 방송 채널을 제외하고 2023년 중 방송실시결과를 제출한 PP 채널은 292개이다. 연평균 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 분석한 결과, 23개 채널이 40% 미만의 국내 제작 방송 프로그램 편성비율을 기록했으나 22개 채널은 국내 제작 방송 프로그램 편성 규제를 받지 않는 영화, 애니메이션, 또는 대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자였다. 그중 1개의 채널(애니박스)가 애니메이션 전문 편성 사업자가 아님에도 국내 제작 프로그램을 38.3% 편성해 법정 의무편성비율을 위반하였다 〈표 2－43〉 참조).

〈표 2－43〉 전문편성 PP 채널의 국내제작 방송프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

	채널명	분야	연평균	적합여부
1	9colors	지역 문화정보	100.0	적합
2	AsiaM	영화	22.7	적합(영화)
3	AsiaN	드라마·버라이어티	51.0	적합
4	AsiaUHD	아시아문화	40.9	적합
5	AXN	엔터테인먼트	80.0	적합
6	BALL TV	스포츠	83.7	적합
7	Billiards TV (빌리어즈티비)	스포츠	100.0	적합

42) 반면, 영화, 애니메이션, 및 대중음악 전문편성 채널은 아니지만 해당 채널 내에서 영화, 애니메이션, 대중음악을 연간 한 번이라도 편성한 PP 채널들은 분야별 국내 제작물 편성비율 규정에 따라 전체 영화 방송시간의 20% 이상을 국내제작 영화로, 전체 애니메이션 방송시간의 30% 이상을 국내제작 애니메이션으로, 그리고 전체 대중음악 방송시간의 60% 이상을 국내제작 대중음악으로 편성해야 한다.

	채널명	분야	연평균	적합여부
8	BTN불교TV	종교(불교)	98.1	적합
9	Btv케이블 가이드채널[43]	VOD 프로그램 정보	100.0	적합
10	C채널	종교(기독교)	98.8	적합
11	CatchOn 1	영화	36.8	적합(영화)
12	CatchOn 2	영화	37.0	적합(영화)
13	CBS TV	종교(기독교)	97.8	적합
14	CGNTV	기독교	99.9	적합
15	CineF	영화	22.1	적합(영화)
16	CJ온스타일	홈쇼핑	100.0	적합
17	CJ온스타일플러스	홈쇼핑	100.0	적합
18	CMCTV	버라이어티생활문화	100.0	적합
19	CMTV	음악	100.0	적합
20	CNTV	드라마·버라이어티	94.4	적합
21	CTS기독교TV	종교(기독교)	98.7	적합
22	Digital Radio KISS	음악	100.0	적합
23	e채널	드라마·버라이어티	100.0	적합
24	EBS English	영어교육	97.9	적합
25	EBS KIDS	교육	96.6	적합
26	EBS플러스1 수능전문	교육	100.0	적합
27	EBS플러스2 중학/직업	교육	99.9	적합
28	EDGE TV	드라마·버라이어티	100.0	적합
29	eduTV	교육	100.0	적합
30	EKBC	경제정보	97.0	적합
31	ENA (구: SKY)	오락	100.0	적합
32	ENA DRAMA	오락	99.7	적합
33	ENA PLAY	버라이어티쇼	100.0	적합
34	ENA STORY	오락	100.0	적합
35	Ent.TV	스포테인먼트	100.0	적합
36	ESN TV[44]	스포츠	100.0	적합
37	EYTV	교양문화정보	100.0	적합
38	GCN	종교(기독교)	100.0	적합

	채널명	분야	연평균	적합여부
39	GMTV	음악·버라이어티	100.0	적합
40	GOLF&PBA	스포츠	93.1	적합
41	GOODTV	종교(기독교)	99.6	적합
42	GS MY SHOP	홈쇼핑	100.0	적합
43	GS Shop	홈쇼핑	100.0	적합
44	GTV	여성	99.2	적합
45	HQ+	드라마·버라이어티	100.0	적합
46	I NET LIFE	음악버라이어티	100.0	적합
47	I.NET	오락	100.0	적합
48	IB SPORTS	스포츠	71.7	적합
49	iHQ	코미디	100.0	적합
50	iHQ drama	드라마·버라이어티	98.9	적합
51	iHQ play	생활정보·엔터테인먼트	97.2	적합
52	iHQ show	음악·버라이어티	99.0	적합
53	JEI 재능TV	어린이	72.8	적합
54	JEI English TV	영어교육	87.9	적합
55	JJC지방자치TV	지역정보	99.6	적합
56	JTBC Golf	스포츠	100.0	적합
57	JTBC GOLF&SPORTS	스포츠	100.0	적합
58	JTBC2	엔터테인먼트	100.0	적합
59	JTBC4	드라마·버라이어티	100.0	적합
60	K-NET TV	지역정보·지역문화	93.9	적합
61	K바둑	바둑	99.7	적합
62	KBS Drama	드라마·버라이어티	100.0	적합
63	KBS Joy	퀴즈·버라이어티	100.0	적합
64	KBS Kids	어린이	80.9	적합
65	KBS LIFE	한국문화	100.0	적합
66	KBS N Sports	스포츠	98.2	적합
67	KBS Story	여성	100.0	적합
68	Koreasports(K-sports)	스포츠	95.0	적합
69	KT알파 쇼핑	홈쇼핑	100.0	적합
70	KTV 국민방송	공공	100.0	적합
71	MBC Dramanet	오락	100.0	적합
72	MBC Every1	드라마·버라이어티	100.0	적합
73	MBC M	음악·버라이어티	100.0	적합
74	MBC ON	드라마·버라이어티	100.0	적합

	채널명	분야	연평균	적합여부
75	MBC Sports+	스포츠	92.8	적합
76	MBCNET	지역정보·문화	100.0	적합
77	MBN PLUS	드라마·버라이어티	97.9	적합
78	Mezzo Live HD	문화예술	40.3	적합
79	MGTV	소비자정보	94.6	적합
80	Mplex	영화	25.5	적합(영화)
81	MTN (Money Today Network)	증권/재테크	100.0	적합
82	Now 제주TV	드라마·버라이어티	100.0	적합
83	NS Shop+	홈쇼핑	100.0	적합
84	NS홈쇼핑	홈쇼핑	100.0	적합
85	OBS W	웰빙	92.5	적합
86	OCN	영화시리즈	49.9	적합
87	OCN Movies	영화시리즈	31.2	적합(영화)
88	OCN Movies2	영화시리즈	100.0	적합
89	OGN	게임	97.4	적합
90	ONCE	드라마·버라이어티	94.0	적합
91	ONT	여행·레저	97.1	적합
92	OZIC최신가요 외 15개	음악	63.1	적합
93	PINKHOUSE	영화	23.8	적합(영화)
94	PLAYBOY TV	영화	36.7	적합(영화)
95	RNA	명상	74.0	적합
96	RTV	시민액세스	100.0	적합
97	Satio 등 30개 채널	음악	63.7	적합
98	SBS Biz	비즈니스정보	100.0	적합
99	SBS F!L	버라이어티쇼	100.0	적합
100	SBS F!L UHD	드라마·버라이어티	84.1	적합
101	SBS funE	드라마·버라이어티	100.0	적합
102	SBS GOLF	골프	94.3	적합
103	SBS GOLF2	골프	85.6	적합
104	SBS M	음악·버라이어티	100.0	적합
105	SBS Plus	오락	100.0	적합
106	SBS Sports	스포츠	95.7	적합
107	SK stoa	상품소개와 판매	100.0	적합
108	SK스토아 엔터ON	오락	100.0	적합
109	SkySports	스포츠	99.8	적합
110	skyUHD	드라마·버라이어티	57.0	적합

	채널명	분야	연평균	적합여부
111	SMTsports[45]	스포츠	100.0	적합
112	Sorie(소리에)	음악	71.9	적합
113	SPOTV 2	스포츠	100.0	적합
114	SPOTV Golf & Health	스포츠	100.0	적합
115	SPOTV ON	스포츠	92.3	적합
116	SPOTV ON2	스포츠	76.0	적합
117	SPOTV Prime	스포츠	82.8	적합
118	START TV	지역정보	100.0	적합
119	STATV	엔터테인먼트	100.0	적합
120	STB 상생방송	종교(증산도)	91.5	적합
121	STN	스포츠	92.1	적합
122	StoryTV	식생활문화정보 버라이어티	96.9	적합
123	tbs TV	지방자치정보	92.3	적합
124	Tvasia+	드라마·버라이어티	76.0	적합
125	TVCHOSUN2	드라마·버라이어티	99.4	적합
126	TVCHOSUN3	버라이어티	100.0	적합
127	tvN	드라마·버라이어티	100.0	적합
128	tvN DRAMA	드라마·버라이어티	100.0	적합
129	tvN SHOW	버라이어티쇼	100.0	적합
130	tvN Sports	스포츠	77.4	적합
131	tvN STORY	여성	99.6	적합
132	UHDDreamTV	문화생활&버라이어티	76.6	적합
133	UXN	영화·드라마	84.2	적합
134	W쇼핑	홈쇼핑	100.0	적합
135	YCN유림방송	종교(유교)	100.0	적합
136	YTN2	생활정보	100.0	적합
137	가요TV	성인가요	100.0	적합
138	가톨릭평화방송TV	종교(천주교)	92.6	적합
139	공영쇼핑	홈쇼핑	100.0	적합
140	국방TV	국방정보 및 홍보	85.2	적합
141	국악방송	문화예술	99.0	적합
142	국회방송(NATV)	의회정보	71.7	적합
143	내외경제TV(NBNTV)	증권정보	100.0	적합
144	노리Q	영유아	45.4	적합
145	뉴트로TV	실버	96.3	적합

	채널명	분야	연평균	적합여부
146	다문화티브이(tvM)	다문화 버라이어티·드라마	97.2	적합
147	다큐원(DocuOne)	다큐·리얼리티	85.3	적합
148	더 무비(THE MOVIE)	영화	23.4	적합(영화)
149	더드라마(The DRAMA)	드라마	67.8	적합
150	더라이프(The LIFE)	라이프엔터테인먼트	99.8	적합
151	더키즈	어린이	84.1	적합
152	동네샵티비	지역정보	100.0	적합
153	동아TV	패션/뷰티	67.2	적합
154	드라마큐브(DRAMAcube)	드라마·버라이어티	97.1	적합
155	디마	대학정보 및 대학문화	99.8	적합
156	디스커버리	버라이어티·엔터테인먼트	71.1	적합
157	디스토리	여성드라마·버라이어티	62.4	적합
158	디원(D.one)	드라마·버라이어티	100.0	적합
159	디자이어티비(Desire TV)	영화	23.4	적합(영화)
160	라이프타임(Lifetime)	오락	86.6	적합
161	롯데원티브이	홈쇼핑	100.0	적합
162	롯데홈쇼핑	홈쇼핑	100.0	적합
163	리빙TV	관광레저	98.8	적합
164	리얼 TV(Real TV)	연예정보	86.7	적합
165	마운틴티브이	다큐멘터리	100.0	적합
166	매일경제TV	증권재테크	100.0	적합
167	메디컬 TV	건강의료	93.9	적합
168	무비초이스플러스1	영화	5.3	적합(영화)
169	무비초이스플러스2	영화	3.1	적합(영화)
170	무비초이스플러스3	영화	3.5	적합(영화)
171	무비초이스플러스4	영화	67.2	적합(영화)
172	무비초이스플러스5	영화	3.0	적합(영화)
173	무비플러스	VOD 프로그램 정보	100.0	적합
174	미드나잇채널	영화	33.0	적합(영화)
175	바둑TV	바둑	100.0	적합
176	방송대학TV(OUN)	공공채널	100.0	적합
177	법률방송	법률정보	100.0	적합
178	복지TV	장애인	100.0	적합
179	볼링플러스(BOWLING+)	스포츠	100.0	적합

	채널명	분야	연평균	적합여부
180	부메랑	애니메이션	51.0	적합
181	불교방송(BBS)	종교(불교)	99.9	적합
182	붐TV	버라이어티·문화생활	100.0	적합
183	뷰(View)	다큐·리얼리티쇼	97.5	적합
184	브라보키즈	교육(어린이)	73.0	적합
185	브레인TV	게임	100.0	적합
186	비너스티브이	성인여성영화	45.0	적합
187	비키(VIKI)	영화	94.1	적합
188	뽀요TV	어린이·청소년	100.0	적합
189	사이언스TV(SCIENCE TV)	과학·기술	89.0	적합
190	사회안전방송(SafeTV)	생활정보	100.0	적합
191	생활체육티브이	스포츠	98.0	적합
192	서울경제TV(SEN)	증권·재테크	100.0	적합
193	소상공인시장tv(yestv)	비지니스 정보	100.0	적합
194	쇼핑엔티	상품소개와 판매	100.0	적합
195	스마일티브이플러스	드라마·버라이어티	88.1	적합
196	스크린	영화	28.9	적합(영화)
197	스크린골프존	스포츠	100.0	적합
198	스포티비	스포츠	100.0	적합
199	슬로우TV	드라마·버라이어티	100.0	적합
200	시네마천국	영화	32.6	적합(영화)
201	신기한나라 TV	어린이 놀이·교육	85.6	적합
202	신세계 쇼핑	홈쇼핑	100.0	적합
203	실버아이TV	노인	100.0	적합
204	아리랑TV	한국문화(영어)	98.5	적합
205	아프리카티비	버라이어티·엔터테인먼트	100.0	적합
206	아하경제	생활정보	100.0	적합
207	애니맥스	애니메이션	53.5	적합
208	애니박스(ANIBOX)	애니메이션·게임쇼	38.3	부적합
209	애니원(AniOne)	애니메이션	40.6	적합
210	애니플러스(ANIPLUS)	애니메이션	32.1	적합(애니)
211	어린이TV	어린이	70.9	적합
212	에이플드라마(ApleDrama)	드라마·버라이어티	41.1	적합

	채널명	분야	연평균	적합여부
213	에프티브이(FTV)	낚시	100.0	적합
214	엠넷(Mnet)	음악·버라이어티	100.0	적합
215	연예TV(ETN)	연예정보	100.0	적합
216	연합뉴스경제TV	경제	100.0	적합
217	㈜예술문화방송[46]	예술문화	100.0	적합
218	오라이프(OLIFE)	생활문화	96.3	적합
219	오르페오(ORFEO)	문화예술	40.6	적합
220	올로	키즈교육	100.0	적합
221	원음방송 WBS	종교(원불교)	100.0	적합
222	월드 클래식 무비	영화	29.2	적합(영화)
223	웨더채널	정보(날씨)	100.0	적합
224	위라이크(WeLike)	드라마·버라이어티	44.6	적합
225	위티브이(WeeTV)	교육	86.0	적합
226	유맥스(U-max)	생활문화 엔터테인먼트	70.0	적합
227	육아방송	육아·유아교육	86.8	적합
228	이데일리TV	경제·재테크	100.0	적합
229	이벤트TV	실버	100.0	적합
230	인도어스포츠[47]	스포츠(당구)	100.0	적합
231	인디필름(Indie Film)	영화	33.6	적합(영화)
232	중화TV	중화문화	40.1	적합
233	지니게임(Gni게임)	게임	100.0	적합
234	지니키즈팝	게임	100.0	적합
235	채널 와이드(CH.WIDE)	버라이어티엔터테인먼트	93.7	적합
236	채널 J	드라마·버라이어티	48.0	적합
237	채널나우	드라마·버라이어티	40.5	적합
238	채널액션	영화	23.1	적합(영화)
239	채널에버	드라마·버라이어티	94.4	적합
240	채널유	영화·드라마	76.7	적합
241	채널이엠(chEM)	문화생활 버라이어티	100.0	적합
242	채널차이나	드라마·버라이어티	40.2	적합
243	채널칭	드라마·버라이어티	77.2	적합
244	채널큐피드[48]	결혼	100.0	적합
245	채널A 플러스	드라마·버라이어티	94.1	적합
246	채널i	산업정보	99.8	적합

	채널명	분야	연평균	적합여부
247	채널MX	남성	45.6	적합
248	채널S	버라이어티	100.0	적합
249	채널S 플러스	지역정보버라이어티	100.0	적합
250	채널W	일본문화	42.4	적합
251	챔프(Champ)[49]	만화	44.7	적합
252	청춘시대TV	라이프 엔터테인먼트	97.1	적합
253	카툰네트워크	애니메이션	49.5	적합
254	캐리TV	어린이 청소년	100.0	적합
255	컬쳐플러스(Culture Plus)	문화생활버라이어티	95.6	적합
256	케이스타(Kstar)	연예정보 버라이어티	99.6	적합
257	쿠키건강TV	건강	100.0	적합
258	키즈앤맘[50]	게임서비스	100.0	적합
259	키즈톡톡 플러스	교육	100.0	적합
260	텔레노벨라(Telenovela)	드라마·버라이어티	65.0	적합
261	토마토증권통	증권·경제	99.5	적합
262	토마토집통	부동산	100.0	적합
263	토마토클래식	문화예술 전문채널	89.3	적합
264	통일TV[51]	평화통일문화정보	97.4	적합
265	투니버스	어린이	53.5	적합
266	트로트아이TV[52]	성인가요	100.0	적합
267	티엘씨여행레저채널	여행레저	94.4	적합
268	팍스경제TV	증권·재테크	100.0	적합
269	팝콘티비[53]	정보	100.0	적합
270	패션앤(FashionN)	여성	92.3	적합
271	펀티브이(FUN TV)	오락	100.0	적합
272	폴라리스TV	여행·레저	75.0	적합
273	플레이런TV(Pla	교육(영어)	97.1	적합
274	핑크퐁	어린이·청소년	100.0	적합
275	하비라이프	교양문화	95.3	적합
276	하이라이트TV	드라마·버라이어티	100.0	적합
277	한경ArteTV	문화·예술	81.6	적합
278	한국가요채널(K-POPch)	음악	100.0	적합
279	한국경제TV	경제·증권	100.0	적합
280	한국낚시방송	낚시	93.5	적합
281	한국농업방송(NBS)	농업정보	98.9	적합
282	한국시니어TV	시니어정보제공	100.0	적합

	채널명	분야	연평균	적합여부
283	한국직업방송(Work-TV)	직업정보·직업교육	99.1	적합
284	한솔교육 재미나라	교육	100.0	적합
285	해피독티비(Happy Dog TV)	애견정보·애견산업	100.0	적합
286	허니TV	영화	55.6	적합
287	헬스메디TV	생활정보	96.3	적합
288	현대홈쇼핑	상품소개와 판매	100.0	적합
289	현대홈쇼핑+Shop	상품소개와 판매	100.0	적합
290	홈앤쇼핑	중소기업 전용 홈쇼핑	100.0	적합
291	홈초이스	VOD 프로그램 정보	100.0	적합
292	히스토리(History)	팩츄얼 엔터테인먼트	46.8	적합

주1: 2023년 중 편성자료를 제출한 292개 PP를 대상으로 분석하였으며, 중간에 방송을 시작하거나 중단한 채널들은 주석에 별도로 표시함

43) Btv케이블 가이드채널은 '23년 6월 29일 신규 등록 채널로, 7월부터 방송을 송출함에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 7~12월 평균값임.

44) ESN TV는 '23년 10월부터 방송 송출을 시작하였다가, '23년 11월 27일 송출을 중단하였음. 이에 따라 해당 채널의 연평균 데이터는 10월과 11월 평균값임.

45) SMTsports는 '23년 2월 20일부터 방송 송출을 시작함에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 2~12월 평균값임.

46) ㈜예술문화방송은 '23년 10월 17일부터 방송 송출을 시작함에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 10~12월 평균값임.

47) 인도어스포츠는 '23년 9월 30일부터 방송 송출이 중단됨에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 1~9월 평균값임.

48) 채널큐피드는 '23년 11월 14일부터 방송 송출이 중단됨에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 1~11월 평균값임.

49) 채널큐피드는 '23년 5월 15일부터 방송 송출이 중단됨에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 1~4월 평균값임.

50) 키즈앤맘은 '23년 5월 부터 방송 송출을 중단함에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 1~4월 평균값임.

51) 통일TV는 '23년 1월 18일부터 방송 송출이 중단됨에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 1월 단독값임.

52) 트로트아이TV는 '23년 10월부터 방송 송출을 시작함에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 10~12월 평균값임.

53) 팝콘티비는 '23년 9월부터 방송 송출을 시작함에 따라, 해당 채널의 연평균 데이터는 9~12월 평균값임.

나. 전문편성PP의 분야별 국내 제작물 편성 현황

영화・애니메이션・대중음악을 전문으로 편성하지 아니하는 방송채널사용사업자(PP)가 영화・애니메이션・대중음악을 편성한 경우 각 장르별 국내 제작물 편성규제의 적용 대상이 되어 국내 제작 영화를 전체 영화 방송 시간의 20% 이상, 국내 제작 애니메이션을 전체 애니메이션 방송 시간의 30% 이상, 국내 제작 대중음악을 전체 대중음악 방송 시간의 60% 이상 편성하여야 한다. 영화・애니메이션・대중음악을 전문으로 편성하는 PP의 경우에는 각 해당 분야에 대해서만 국내 제작물 편성 비율 규제를 적용받는다.[54] 다만 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자의 경우 해당 채널 연간 전체 영화 방송 시간의 4% 이상, 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 4% 이상이라는 별도 규정이 적용된다. 또한 교육을 전문으로 편성하는 방송사업자는 해당 채널 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 8% 이상을 국내 제작 애니메이션으로 편성해야 한다.

2023년에 분야별 국내 제작물 편성비율 자료를 제출한 PP 채널들 중에서 영화, 애니메이션 혹은 대중음악을 한 편이라도 방송한 PP 채널은 144개였다. 이들 채널 중에서 영화를 편성한 채널은 71개, 애니메이션을 편성한 채널은 34개, 대중음악을 편성한 채널은 58개였다(〈표 2-44〉 참조).

방송법 제85조(PPV 방식 채널 및 방송프로그램별 유료방송의 적용배제)에 따라 편성 규제 적용 대상에 해당하지 않는 채널 4개(무비초이스플러스 1, 2, 3, 5)를 제외하면, 영화를 편성한 71개의 PP채널 중 국내 제작물 편성 비율 규제를 위반한 사례는 카톨릭평화방송TV(1.8%, 종교PP 4% 이상)와 RNA(0%) 두 건이었다. 이 외의 모든 채널은 영화 편성 시간 중 20%(종교 PP의 경우 4%) 이상을 국내 제작 영화로 편성하며 편성규제를 준수했다.

애니메이션 분야의 경우, 34개 PP 채널들 중 채널 1개(CTS기독교TV, 0%)에서 국내 제작 애니메이션 의무 편성비율(30% 이상, 종교 4%이상)을 미준수한 것으로 나타났다. 나머지 33개 PP 채널들은 모두 의무 편성비율을 준수했으며, 국내 제작 애니메이션의 편성비율은 종교와 교육 전문편성 PP 채널을 제외하고 33.1~112.1%까지의 범위였다.

마지막으로 대중음악의 경우도 58개 PP 채널은 모두 의무 편성 비율(60% 이상)을 준수

54) 방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제3조 제5항에 따라, 영화 전문편성 PP는 영화의 편성에 대해서만, 애니메이션 전문편성 PP는 애니메이션 편성에 대해서만, 대중음악 전문편성 PP는 대중음악 편성에 대해서만 각각 국내제작물 편성 비율 규제를 적용받는다. 각각의 의무 편성 비율은 다른 전문편성PP에 적용되는 분야별 국내제작물 의무 편성 비율과 동일하다.

한 것으로 나타났다. 음악 전문편성 라디오 PP 채널 중 OZIC, Satio 채널이 각각 63.1%, 62.7%의 국내 제작 대중음악 편성 비율을 보였고, Sorie 채널이 71.9%의 비율로 대중음악을 편성했다. 텔레비전 PP 채널들 중에서 엠넷(Mnet)이 대중음악 편성 시간의 99.7%에 국내 제작물을 편성했고, 문화예술 채널인 Mezzo Live HD가 대중음악 편성 중 78%의 시간에 국내 제작 대중음악을 편성했다. 나머지 채널들은 모두 100% 국내 제작 대중음악 프로그램을 편성했다.

〈표 2-44〉 전문편성 TV·라디오 PP 채널의 분야별 연간 국내제작물 편성비율(%) (2023년)

(단위: 분)

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
9colors	0	-	0	-	36,990	100%
AsiaM	339,350	27.7%		-	0	-
AsiaN	12,605	24.6%	0	-	0	-
AsiaUHD	8,943	43.4%	0	-	0	-
BTN불교TV	3,350	89.3%	5,795	112.1%	0	-
CatchOn 1	497,562	37.1%	0	-	0	-
CatchOn 2	495,284	37.6%		-	0	-
CGNTV	612	4.9%		-		-
CineF	370,722	25.1%	0	-		-
CMCTV	0	-	0	-	3,420	100%
CNTV	233	100%	0	-	0	-
CTS기독교TV	5,535	8.9%	1,520	0%	0	-
Digital Radio KISS	0	-	0	-	8,908,560	100%
e채널	430	67.4%		-		-
EBS English	0	-	10,536	20.6%	0	-
EBS KIDS	0	-	199,698	103.6%	0	-
EBS플러스2 중학/직업	0	-	1,094	100%	0	-
EKBC	0	-	0	-	7,800	100%
Ent.TV		-		-	17,535	100%
ESN TV	0	-	0	-	1,498	100%
EYTV		-	0	-	30,905	100%
GMTV	0	-	0	-	408,780	100%
GOODTV	2,157	8.1%	0	-	0	-
I NET LIFE		-	0	-	243,408	100%

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
I.NET		-	0	-	327,120	100%
iHQ	260	100%	0	-	0	-
iHQ show	125	100%		-		-
JEI 재능TV		-	342,235	65.9%	0	-
JEI English TV		-	46,155	65.3%	0	-
JJC지방자치TV	0	-	0	-	6,640	100%
K-NET TV	690	24.6%	7,450	41.1%	1,820	100%
KBS Drama	0	-	0	-	2,240	100%
KBS Joy	0	-	0	-	7,720	100%
KBS Kids	0	-	341,280	78.3%	0	-
9colors	0	-	0	-	36,990	100%
AsiaM	339,350	27.7%		-	0	-
AsiaN	12,605	24.6%	0	-	0	-
AsiaUHD	8,943	43.4%	0	-	0	-
BTN불교TV	3,350	89.3%	5,795	112.1%	0	-
CatchOn 1	497,562	37.1%	0	-	0	-
CatchOn 2	495,284	37.6%		-	0	-
CGNTV	612	4.9%		-		-
CineF	370,722	25.1%	0	-		-
CMCTV	0	-	0	-	3,420	100%
CNTV	233	100%	0	-	0	-
CTS기독교TV	5,535	8.9%	1,520	0%	0	-
Digital Radio KISS	0	-	0	-	8,908,560	100%
e채널	430	67.4%		-		-
EBS English	0	-	10,536	20.6%	0	-
EBS KIDS	0	-	199,698	103.6%	0	-
EBS플러스2 중학/직업	0	-	1,094	100%	0	-
EKBC	0	-	0	-	7,800	100%
Ent.TV		-		-	17,535	100%
ESN TV	0	-	0	-	1,498	100%
EYTV		-	0	-	30,905	100%
GMTV	0	-	0	-	408,780	100%
GOODTV	2,157	8.1%	0	-	0	-
I NET LIFE		-	0	-	243,408	100%
I.NET		-	0	-	327,120	100%
iHQ	260	100%	0	-	0	-
iHQ show	125	100%		-		-

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
JEI 재능TV		-	342,235	65.9%	0	-
JEI English TV		-	46,155	65.3%	0	-
JJC지방자치TV	0	-	0	-	6,640	100%
K-NET TV	690	24.6%	7,450	41.1%	1,820	100%
KBS Drama	0	-	0	-	2,240	100%
KBS Joy	0	-	0	-	7,720	100%
KBS Kid	0	-	341,280	78.3%	0	-
국방TV	23,165	94%	0	-	27,120	100%
국악방송	720	100%	0	-	0	-
국회방송(NATV)	31,794	29.6%	0	-	0	-
내외경제TV	0	-	0	-	10,550	100%
노리Q	0	-	364,626	53.3%	0	-
뉴트로TV	2,940	28.6%	0	-	3,600	100%
다문화티브이	720	100%		-	5,880	100%
더 무비 (THE MOVIE)	394,109	21.7%	0	-	0	-
더키즈	0	-	452,573	89.4%	0	-
디자이어티비 (Desire TV)	421,123	23.4%	0	-	0	-
리빙TV	0	-	0	-	7,590	100%
메디컬 TV	0	-	0	-	61,100	100%
무비초이스 플러스1	441,978	5.3%	0	-	0	-
무비초이스 플러스2	444,957	3.1%	0	-	0	-
무비초이스 플러스3	445,205	3.5%	0	-	0	-
무비초이스 플러스4	453,739	67.2%	0	-	0	-
무비초이스 플러스5	443,689	3%	0	-	0	-
미드나잇채널	394,492	33%	0	-	0	-
복지TV	270	100%	0	-	108,630	100%
부메랑	0	-	428,385	52.2%	0	-
불교방송(BBS)	2,241	70.4%	0	-	0	-
붐TV	0	-	0	-	352,363	100%

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
브라보키즈	0	-	467,835	69.9%	0	-
비너스티브이	418,639	45%	0	-	0	-
비키(VIKI)	430,377	94.1%	0	-	0	-
뽀요TV	0	-	85,081	109%	0	-
소상공인시장tv	0	-	0	-	5,340	100%
스마일티브이 플러스	6,854	44%	0	-		-
스크린	350,340	32.9%	0	-		-
슬로우TV	0	-	0	-	46,272	100%
시네마천국	454,925	35%	0	-	0	-
신기한나라 TV	0	-	132,530	78.3%	0	-
실버아이TV	0	-	0	-	256,890	100%
아리랑TV	0	-	0	-	46,380	100%
아프리카티비	0	-	0	-	5,108	100%
애니맥스	0	-	330,535	44.1%	0	-
애니박스	0	-	349,828	33.4%	0	-
애니원	0	-	368,101	36.8%	0	-
애니플러스		-	411,453	34.2%		-
어린이TV	0	-	359,280	67.2%	0	-
에이플드라마	8,284	51.7%	0	-	0	-
엠넷(Mnet)	0	-	0	-	342,187	99.7%
연예TV(ETN)		-		-	150,540	100%
㈜예술문화방송	0	-	0	-	50,494	100%
올로	0	-	527,040	100%	0	-
월드 클래식 무비	376,468	29.4%	0	-	0	-
WeeTV	1,394	87.6%	21,428	57.6%		-
유엑스엔(UXN)	64,036	100%		-		-
육아방송		-	29,512	98.2%		-
이벤트TV		-		-	357,839	100%
인디필름	334,533	27.8%	0	-	0	-
중화TV		-	1,758	100%		-
채널 와이드		-		-	76,920	100%

구분	영화		애니메이션		대중음악	
	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)	전체 편성시간(분)	국내제작물 편성비율(%)
채널 J	5,210	26.3%	0	-	0	-
채널액션	349,020	25.5%		-		-
채널유	2,070	23.2%	0	-	1,020	100%
채널차이나	7,183	32%	0	-	0	-
채널큐피드	19,020	100%	0	-	2,700	100%
채널MX	6,673	58.5%	0	-		-
챔프	0	-	114,270	39.1%		-
청춘시대TV	2,790	36.6%	0	-	10,799	100%
카툰네트워크	0	-	431,508	51.9%	0	-
캐리TV	634	100%	35,205	100%	0	-
컬쳐플러스	0	-	0	-	9,955	100%
쿠키건강TV	122	100%	0	-	0	-
키즈톡톡 플러스	0	-	103,695	100%	0	-
텔레노벨라 (Telenovela)	8,767	26.9%	0	-	419	100%
통일TV	3,150	69.5%	0	-		-
투니버스	0	-	359,898	47.5%	0	-
트로트아이TV	0	-	0	-	79,709	100%
패션앤 (FashionN)	0	-	0	-	780	100%
플레이런TV	0	-	147,182	97.2%	0	-
한국가요채널 (K-POPch)	0	-	0	-	438,000	100%
한국낚시방송	870	51.7%	0	-		-
한국농업방송 (NBS)	1,850	100%	0	-	0	-
허니TV	419,605	53.9%	0	-	0	-

주1: 2023년 1월~12월 중 영화, 애니메이션, 대중음악 편성실적이 있는 전문편성 PP 채널 대상

주2: CTS기독교TV, GOODTV, CGNTV, CPBC-TV(가톨릭평화방송)는 종교 전문편성 PP, EBS English는 교육 전문편성 PP로 별도의 의무비율(종교 4% 이상, 교육 8% 이상)을 적용받는다.

9. 방송채널사용사업자(PP)의 국내 제작 애니메이션 신규편성비율

종합편성 PP[55]는 전전년도 방송사업 매출액에 따라[56] 연간 전체 방송시간의 최하 0.3%에서 최고 1%까지 국내 제작 애니메이션을 신규 편성해야 한다. 애니메이션을 전체 방송시간의 절반 이상 편성하는 애니메이션 전문 PP는 전전년도 방송사업 매출액이 50억 원 이상인 경우 방송사업 매출액 규모에 따라 전체 방송 시간의 최하 0.3%에서 최고 1%까지 차등적으로 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성해야 한다.

2023년에는 전년도와 마찬가지로 4개의 종편 PP 채널과 애니메이션 전문편성 PP 채널 중 6개의 채널이 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율 규제 적용대상에 포함되었다. 분석결과 애니메이션 전문편성 PP 6개 채널 모두 0.33~1.23%의 범위에서 국내 제작 애니메이션을 신규 편성해 해당 의무편성비율을 준수하였다(〈표 2-45〉 참조). 종편PP 또한 4개 채널 모두 1.05~1.57% 범위에서 국내 제작 애니메이션을 신규 편성해 법정의무비율을 준수하였다.

〈표 2-45〉 종편 및 애니메이션 전문 PP 의 국내제작 애니메이션 신규편성비율(2023년)

(단위: 분)

방송사업자	신규 국내제작 애니메이션		법정의무비율
	편성시간(분)	편성비율(%)	
TV조선	5,310	1.05%	1% 이상
JTBC	5,515	1.05%	1% 이상
채널A	8,115	1.57%	1% 이상
MBN	7,305	1.39%	1% 이상
투니버스	4,642	1.29%	1% 이상
애니맥스	1,850	0.56%	0.3% 이상
JEI재능TV	4,209	1.23%	0.3% 이상
애니원	1,730	0.47%	0.3% 이상

55) 2013년부터 종합편성 PP와 애니메이션 전문 PP에 대해 국내제작 애니메이션 신규편성 총량제가 적용되었다.

56) 방송사업 매출액은 방송법 제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표(차년도 6월 공표)의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다.

방송사업자	신규 국내제작 애니메이션		법정의무비율
	편성시간(분)	편성비율(%)	
카툰네트워크(CN)	1,423	0.33%	0.3% 이상
대교어린이TV	1,221	0.34%	0.3% 이상

주: 편성시간(분)은 가중치를 적용한 시간임

제6절 1개 국가 제작 프로그램의 편성 현황

1. 규제 개요

방송법령 및 편성고시(제8조)에 의거하여 방송사업자들은 연간 영화, 애니메이션, 대중음악의 각 분야에서 어떤 한 국가에서 제작된 프로그램(1개 국가 제작물)의 편성비율을 해당 장르 전체 수입물 방송시간의 90% 이내로 제한하여 편성하여야 한다.[57]

2. 지상파 3사와 EBS의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황

가. 지상파 3사와 EBS의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율

지상파 3사(KBS 서울 본부, MBC 본사, SBS)와 EBS의 TV 채널에 대하여 2023년 동안 방영된 외국 영화 중 1개 국가 제작물의 연간 편성비율을 분석하였다. EBS는 가장 높은 비율로 편성된 1개 국가 제작물이 연간 73.3%대로, 법정 상한 편성 비율(90%)보다 낮게 1개 국가 제작물을 편성하였다. KBS 1TV와 SBS는 2023년 한 해 동안 수입 영화를 편성하지 않았다. 한편 KBS 2TV와 MBC의 경우 2023년 외국 영화의 편성 시간 중 특정 1개 국가 영화가 차지한 편성비율이 100%로 법정 상한인 90%를 초과하였지만, 수입 영화를 연간 4편 또는 240분 이내로 편성한 경우에 해당하여 해당 규정을 적용받지 않는다. 중앙 지상

57) 2022년 1월 1일 방송프로그램 등의 편성에 관한 고시가 일부 개정 및 시행됨에 따라, 방송사업자는 외국에서 수입한 영화, 애니메이션, 대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화, 애니메이션, 대중음악을 분야별로 해당 채널의 연간 전체 외국에서 수입한 영화, 애니메이션, 대중음악 방송시간의 90%를 초과하여 편성할 수 없다. 그러나 해외에서 수입한 영화·애니메이션·대중음악을 연간 4편 이내 또는 각 240분 이내로 편성할 경우, 해당 규정은 적용되지 않는다.

파 방송사가 편성한 수입 영화 중 가장 높은 비율을 차지한 제작국은 미국으로 나타났다 〈표 2−46〉 참조).

〈표 2−46〉 지상파 3사와 EBS의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년)

(단위: %)

TV 방송사	연간		전체 영화 방송시간
	전체 수입 영화 중 최고비율	전체 수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
KBS 1TV	0.0	−	5,320분
KBS 2TV	100	미국	1,515분
MBC	100	미국	925분
SBS	0	−	1,265분
EBS	73.3	미국	22,880분

주: 법정 편성비율 상한인 90%를 초과하여 1개 국가 제작물을 편성하더라도 '연간 4편 또는 240분 이내로 편성'한 경우에는 규제 적용 예외대상임.

나. 지상파 3사와 EBS의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율

지상파 3사 본사와 EBS의 TV 채널에 대하여 2023년 동안 방영된 해외 애니메이션 중 1개 국가 제작물의 연간 편성비율을 분석하였다. 전년도와 마찬가지로 지상파 3사는 2023년에 수입 애니메이션을 편성하지 않았으며, 유일하게 EBS가 다른 나라에서 제작된 애니메이션을 편성한 것으로 나타났다.

EBS의 연간 수입 애니메이션 편성시간 중 특정 1개국의 제작 프로그램 편성시간이 가장 높게 차지한 비율은 34.4%였다. 가장 높은 1개국 제작 애니메이션 비율을 차지한 애니메이션의 국적은 프랑스였다(〈표 2−47〉 참조). 영화에 비해 애니메이션에서는 특정 1개 국가 제작물의 비중이 상대적으로 낮게 나타났는데, 이는 EBS가 연간 45,019분에 달하는 애니메이션 방송 시간을 편성하며, 다양한 국적의 애니메이션을 수입하고 있기 때문에, 영화와 비교했을 때 특정 국가의 제작물이 차지하는 비율이 상대적으로 낮은 것으로 보인다.

〈표 2－47〉 지상파 3사와 EBS의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년)

(단위: %)

TV 방송사	연간		전체 애니 방송시간
	전체 수입 애니메이션 중 최고비율	전체 수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
KBS 1TV	0.0	－	4,255분
KBS 2TV	0.0	－	7,840분
MBC	0.0	－	5,155분
SBS	0.0	－	7,711분
EBS	34.4	프랑스	49,649분

다. 지상파 3사와 EBS의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

2023년 중앙 지상파 3사와 EBS의 TV 채널에서는 수입 대중음악을 편성하지 않았다. 이에 따라 해당 규제는 적용되지 않으며, 별도의 도표는 제공하지 않는다.

3. 지역 KBS와 지역 MBC의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황

가. 지역 KBS·MBC의 외국 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성 현황

1) 지역 KBS의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율

아래 〈표 2－48〉은 19개 지역 KBS 1TV와 11개 지역 KBS 2TV의 해외 수입 영화 중 가장 높은 편성 비율을 차지한 1개 국가 제작물의 연간 편성비율과 제작 국가이다.

지역 KBS 1TV는 전년도와 마찬가지로 19개 지역 모두 2023년 전체 영화 방송시간 중 수입 영화를 편성하지 않았다. 한편, 지역 KBS 2TV는 11개 지역 채널 모두 수입 영화를 편성하였으며, 이 중 가장 편성비율이 높은 외화의 국적은 미국으로 전체 수입 영화 편성시간의 100%를 차지했다. 그러나, KBS 2TV(서울)과 같이 연간 4편 또는 240분 이내 편성으로 규제 대상에서 제외됐다.

〈표 2-48〉 지역 KBS TV채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년)

(단위: %)

지역 KBS		연간		전체 영화편성 시간
		전체 수입 영화 중 최고비율	수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
KBS 1TV (19개국)	경인	0.0	-	5,320
	부산	0.0	-	5,320
	울산	0.0	-	5,320
	창원	0.0	-	5,320
	진주	0.0	-	5,320
	광주	0.0	-	5,320
	목포	0.0	-	5,320
	순천	0.0	-	5,320
	춘천	0.0	-	5,320
	강릉	0.0	-	5,320
	원주	0.0	-	5,320
	대전	0.0	-	5,320
	청주	0.0	-	5,320
	충주	0.0	-	5,320
	대구	0.0	-	5,320
	안동	0.0	-	5,320
	포항	0.0	-	5,320
	전주	0.0	-	5,320
	제주	0.0	-	5,320
KBS 2TV (11개국)	부산	100	미국	1,515
	울산	100	미국	1,515
	창원	100	미국	1,515
	광주	100	미국	1,515
	춘천	100	미국	1,515
	강릉	100	미국	1,515
	대전	100	미국	1,515
	청주	100	미국	1,515
	대구	100	미국	1,515
	전주	100	미국	1,515
	제주	100	미국	1,515

주: 법정 편성비율 상한인 90%를 초과하여 1개 국가 제작물을 편성하더라도 '연간 4편 또는 240분 이내로 편성'한 경우에는 규제 적용 예외 대상임.

2) 지역 MBC의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율

16개 MBC 지역계열사의 19개 지상파 텔레비전 채널에 대하여 전체 수입 영화 방송 시간 중 가장 높은 비율을 차지한 1개국 영화의 편성비율과 그 제작국가를 정리했다(〈표 2-49〉 참조).

지역 MBC 채널의 경우 MBC 본사와 마찬가지로 2023년 동안 가장 높은 편성 비율을 차지한 1개국의 편성 비율은 100%였지만, 이는 수입 영화를 연간 4편 또는 240분 이내로 편성한 경우에 해당하여 해당 규정을 적용받지 않는다.

〈표 2-49〉 지역 MBC TV채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년)

(단위: %)

지역 MBC	연간		전체 영화편성 시간
	전체 수입 영화 중 최고비율	수입물 중 1개 국가 제작물 국적	
부산	100.0	미국	1,000분
울산	100.0	미국	1,000분
경남(창원)	100.0	미국	1,000분
경남(진주)	100.0	미국	1,000분
광주	100.0	미국	1,000분
목포	100.0	미국	1,000분
여수	100.0	미국	1,000분
춘천	100.0	미국	1,000분
강원영동(강릉)	100.0	미국	1,000분
강원영동(삼척)	100.0	미국	1,000분
원주	100.0	미국	1,000분
대전	100.0	미국	1,000분
충북(청주)	100.0	미국	1,000분
충북(충주)	100.0	미국	1,000분
대구	100.0	미국	1,000분
안동	100.0	미국	1,000분
포항	100.0	미국	1,000분
전주	100.0	미국	1,135분
제주	100.0	미국	1,000분

3) 지상파 DMB 및 지상파 DMB PP의 외화 중 1개 국가 제작물 편성비율

지상파 DMB 및 지상파 DMB PP는 장르별 전체 수입물 중 연간 90% 이하의 비율로 특정 1개 국가 제작물의 편성을 제한해야 한다. 〈표 2-50〉에 따르면 2023년에는 16개의 DMB 채널 중 KBS와 MBC의 DMB 채널(KBS 하트, MY MBC TV), 6개 지역 MBC의 DMB 채널에서 외화를 편성하였으며, 가장 높은 비중을 차지하는 1개국 수입 영화의 편성 비율은 100%였다. 가장 많이 편성한 수입 영화의 제작국은 미국이었다.

해당 채널들의 경우 수입 영화 중 미국 국적의 제작물을 100% 편성하여 법정 상한 비율을 초과하였지만, 수입 영화를 연간 4편 또는 340분 이내로 편성한 경우에 해당하여 편성 비율 위반에서 예외 처리된다.

〈표 2-50〉 종합편성 지상파 DMB TV의 수입영화 중 1개 국가 제작 프로그램 편성비율(2023년)

(단위: %)

방송사		연간		연간 전체 영화 방송시간(분)
		전체 수입 영화 중 최고비율(%)	수입 영화 중 1개 국가 제작물 국가	
KBS	KBS 스타	0.0	-	5,320분
	KBS 하트	100.0	미국	1,515분
MBC	MY MBC TV	100.0	미국	925분
SBS	SBS ⓤ TV	0.0	-	1,265분
부산 MBC	MY MBC TV	100.0	미국	1,000분
안동 MBC	MY MBC TV	100.0	미국	1,000분
광주 MBC	MY MBC TV	100.0	미국	1,000분
대전 MBC	MY MBC TV	100.0	미국	1,000분
춘천 MBC	MY MBC TV	100.0	미국	1,000분
제주 MBC	MY MBC TV	100.0	미국	1,000분
KNN(부산)	KNN ⓤ	0.0	-	1,025분
TBC(대구)	TBC ⓤ	0.0	-	1,265분
KBC(광주)	KBC ⓤ	0.0	-	1,265분
TJB(대전)	TJB ⓤ	0.0	-	1,265분
G1(강원)	Hi-G1	0.0	-	1,265분
JIBS(제주)	JIBS ⓤ DMB1	0.0	-	1,265분

나. 지역 KBS·MBC의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성 현황

1) 지역 KBS 텔레비전 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율

19개 지역 KBS 채널의 2023년 해외 수입 애니메이션 편성현황을 분석하였다. 2023년에는 지역 KBS 채널 모두 편성한 애니메이션이 전량을 국내제작으로 편성하여 수입 애니메이션은 편성하지 않은 것으로 나타났다. 이에 별도의 표나 그림은 생략한다.

2) 지역 MBC 텔레비전 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율

16개 MBC 지역계열사(19개 텔레비전 채널)들은 서울 본사와 마찬가지로 2023년에 수입 애니메이션을 전혀 편성하지 않아 그 비율이 0%로 나타났다. 따라서 별도의 표나 그림은 생략한다.

다. 지역 KBS·MBC의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

1) 지역 KBS 텔레비전 채널의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

19개 지역 KBS 1TV의 2023년 해외 수입 대중음악 편성현황을 분석하였다. 19개 지역의 KBS 1TV와 11개 지역의 지역 2TV 채널 모두 서울 본사와 마찬가지로, 2023년 편성된 해외 제작 대중음악이 전무하였다(국내제작 대중음악 프로그램 편성비율 100%). 관련한 별도의 표나 그림은 생략한다.

2) 지역 MBC 텔레비전 채널의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

지역 MBC의 텔레비전 채널들은 2023년에 해외 수입 대중음악을 전혀 편성하지 않았다. 따라서 별도의 표나 그림은 생략한다.

4. 지역민방 TV 방송의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황

가. 지역민방 텔레비전 채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성 현황

2023년 중 지역민방의 수입 외국 영화 편성현황을 분석하였다. 2023년에는 OBS경인TV를 제외한 지역민방 채널 모두 외화를 편성하지 않는 것으로 나타났다(〈표 2-51〉 참조).

OBS경인TV의 2023년 전체 영화 편성시간은 16,835분이었으며, 가장 높은 비중을 차지

한 1개국 수입 영화의 편성 비율은 76.2%로, 의무편성비율(90%)보다 낮게 1개 국가 제작물을 편성했다. 이외에 9개의 모든 지역민방 채널에서 2023년 수입 영화를 편성하지 않은 것으로 나타났다.

〈표 2-51〉 지역민방 TV 채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년)

(단위: %)

지역민방 TV 채널	연간		연간 전체 영화 방송시간(분)
	전체 수입 영화 중 최고비율(%)	외화 중 1개 국가 제작물 국가	
OBS 경인TV	76.2	미국	16,835분
케이엔엔(KNN)	0.0	-	1,145분
울산방송(UBC)	0.0	-	1,335분
티비씨(TBC)	0.0	-	1,265분
광주방송(KBC)	0.0	-	1,265분
전주방송(JTV)	0.0	-	1,265분
대전방송(TJB)	0.0	-	1,265분
청주방송(CJB)	0.0	-	1,265분
지원(G1)	0.0	-	1,265분
제주방송(JIBS)	0.0	-	1,265분

나. 지역민방 텔레비전 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성 현황

지역 민영 방송사들의 2023년 중 수입 애니메이션 프로그램의 편성현황을 분석하였다. 2023년에는 OBS경인TV를 제외한 9개 지역민방 채널 모두 수입 애니메이션을 전혀 편성하지 않았다(〈표 2-52〉 참조).

OBS경인TV는 연간 890분의 애니메이션 편성 시간 중 가장 높은 비율로 편성한 1개국 제작 애니메이션의 편성비율이 34.4%였고, 제작 국가는 프랑스였다.

〈표 2-52〉 지역민방 TV 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율(2023년)

(단위: %)

지역민방 TV 채널	연간		연간 전체 애니메이션 방송시간(분)
	전체 수입 영화 중 최고비율(%)	외화 중 1개 국가 제작물 국가	
OBS 경인TV	34.4	프랑스	890분
케이엔엔(KNN)	0.0	-	6,525분
울산방송(UBC)	0.0	-	6,945분
티비씨(TBC)	0.0	-	5,850분
광주방송(KBC)	0.0	-	6,525분
전주방송(JTV)	0.0	-	6,525분
대전방송(TJB)	0.0	-	6,525분
청주방송(CJB)	0.0	-	6,525분
지원(G1)	0.0	-	7,880분
제주방송(JIBS)	0.0	-	6,525분

다. 지역민방 텔레비전 채널의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성 현황

OBS 경인TV를 포함한 10개 지역민방은 2023년 동안 수입한 외국 대중음악 프로그램을 전혀 편성하지 않았다(국내제작 대중음악 편성비율 100%). 관련한 별도의 표나 그림은 생략한다.

5. 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 1개 국가 제작물 편성 현황

종합편성 및 전문편성 PP에 대해서도 영화·애니메이션·대중음악의 각 분야에서 해외 수입물 중 1개 국가 제작물의 편성비율 상한 규정(90%)이 적용된다.

〈표 2-53〉에서 확인할 수 있듯이, 2023년 중 외국 수입 영화를 편성한 PP 채널의 수는 73개로 나타났다. 이 채널들에서 1개 국가 제작물이 차지하는 편성 비율의 평균은 65.3%였고, 가장 편성비율이 높은 1개국은 미국이었다. 수입 영화를 편성한 실적이 있는 73개의 채널 중 39개의 채널에서 미국 제작 영화를 가장 많이 편성한 것으로 나타났다.

2023년 중 외국 수입 애니메이션을 편성한 PP 채널의 수는 27개였으며, 이들 채널에서 방송된 외국 수입 애니메이션 편성시간 중 특정 1개국 제작물이 차지하는 편성비율은 평

균 67.8%였다. 가장 높은 편성 비율을 기록한 애니메이션 제작 국가는 일본으로, 18개 채널에서 일본 제작 애니메이션이 가장 큰 비중을 차지했다.

마지막으로 2023년 중 외국 수입 대중음악을 편성한 PP 채널 및 법인의 수는 6개 채널이 있었으며, 6개의 채널 중 4개 채널에서 미국 음악의 편성비율이 가장 높았다. 평균적으로 1개 국가의 제작물이 차지하는 편성비율은 63.7%였다.

〈표 2-53〉 방송채널사용사업자(PP)의 분야별 수입물 중 1개 국가 제작물 편성현황(2023년)

구분	채널 수(개)	1개 국가 제작물 편성비율 평균 (%)	최다 편성 수입물 국적
수입 영화를 편성한 PP 채널	73	65.3	미국(39개 채널)
수입 애니메이션을 편성한 PP 채널	27	67.8	일본(18개 채널)
수입 대중음악을 편성한 PP 채널 또는 법인	6	63.7	미국(4개 채널)

주1: 둘 이상의 음악전문 채널을 운영하는 오디오 전문 방송채널사용사업자는 사업자별로 편성비율을 산정하기 때문에 실제 채널 수는 이보다 더 많다.
주2: 최다 편성 수입물 국적란의 괄호는 해당 국가가 수입물 중 가장 많이 편성한 1개국인 채널의 수이다.

가. PP 채널의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 편성 현황

〈표 2-54〉에 나타난 바와 같이, 2023년 편성현황을 제출한 텔레비전 PP 채널 중 73개 채널에서 외국 수입 영화를 1분이라도 편성한 적이 있는 것으로 나타났다. 해당 73개 채널의 약 53.4%에 해당하는 39개 채널에서 외화 중 미국 제작물의 비율이 가장 높았다.

해당 텔레비전 PP 채널에 대하여 각각 1개 국가 제작물의 법정 최대 편성비율(90%)의 준수 여부를 분석하였다. 5개 채널(TV조선, BTN 불교TV, E채널, RNA, tvN STORY)을 제외하고 모든 채널에서 외국 수입 영화 중 특정 국가 제작물의 편성비율이 90% 이하를 기록한 것으로 나타났다. TV조선, BTN 불교TV, E채널, RNA, tvN STORY에서는 특정 1개국 제작물이 차지하는 비중이 100%에 이르렀으나, 이들 채널에서는 해외에서 수입한 영화를 연간 4편 또는 240분 이내로 편성하여 해당 규정을 적용받지 않는다(〈표 2-54〉 참조).

〈표 2-54〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 영화 중 1개 국가 제작물 연간 편성비율(2023년)

채널	연간		
	수입영화 방송시간(분)	1개국가 제작물비율(%)	제작국가
채널A	-	0.0	-
JTBC	-	0.0	-
TV조선	80	100.0	프랑스
MBN	5570	51.5	미국
AsiaM	251,821	80.8	중국
AsiaN	29,740	69.8	중국
ASIAUHD	5,103	87.2	중국
BBS불교방송	663	42.1	미국
BTN 불교TV	360	100.0	영국
CatchOn 1	313,081	56.2	미국
CatchOn 2	309,159	23.5	미국
CGNTV	612	62.4	미국
CineF	277,825	52.0	미국
CTS기독교TV	6,170	88.2	미국
E채널	140	100.0	미국
GOODTV	1,994	88.0	미국
K-net TV	520	80.8	미국
KT SKY LIF (Ch.40)	137,447	72.3	미국
KT SKY LIFE (Ch.100)	173,515	69.6	미국
KT SKY LIFE (Ch.215)	434,462	44.8	미국
KT SKY LIFE (Ch.230)	176,927	78.0	미국
KT SKY LIFE (Ch.231)	179,894	54.4	미국
KT SKY LIFE (Ch.232)	398,433	88.1	일본
KT SKY LIFE (Ch.270)	291,775	51.1	일본
KT SKY LIFE (Ch.271)	432,523	79.1	일본
KT SKY LIFE (Ch.272)	494,940	53.8	일본

채널	연간		
	수입영화 방송시간(분)	1개국가 제작물비율(%)	제작국가
KT SKY LIFE (Ch.273)	496,080	87.3	일본
KT SKY LIFE (Ch.274)	452,520	87.9	일본
KT SKY LIFE (Ch.275)	70,320	58.4	중국
KT SKY LIFE (Ch.276)	498,000	88.0	일본
KT SKY LIFE (Ch.291)	400,958	85.3	일본
KT SKY LIFE (Ch.301)	131,270	69.9	미국
KT SKY LIFE (Ch.499)	184,088	83.1	미국
KT SKY LIFE (Ch.60)	138,180	53.7	미국
MBN PLUS	5,015	34.4	미국
Mplex	288,179	49.8	미국
MX	3,983	43.2	중국
OCN	204,994	55.8	미국
OCN Movies	269,867	56.7	미국
PINKHOUSE	317,432	71.0	일본
PLAYBOY TV	261,402	78.5	일본
RNA	82	100.0	일본
TBS	7,302	17.9	미국
Tvasia+	3,605	47.1	미국
tvN STORY	494	100.0	다국적
가톨릭평화방송 (cpbc-TV)	16,410	66.9	이탈리아
국방TV	1,385	28.5	오스트레일리아
국회방송	28,435	65.5	미국
뉴트로TV	2,100	45.71	이탈리아
더무비(THE MOVIE)	308,511	67.2	미국
디자이어TV	320,457	86.4	일본
무비초이스플러스1	418,706	85.7	일본
무비초이스플러스2	431,338	86.1	일본
무비초이스플러스3	429,548	87.0	일본
무비초이스플러스4	148,883	55.7	일본
무비초이스플러스5	430,524	85.1	일본
미드나잇채널	264,316	68.17	일본

채널	연간		
	수입영화 방송시간(분)	1개국가 제작물비율(%)	제작국가
비너스티브이	228,178	47.8	일본
비키(VIKI)	27,637	32.0	미국
스마일티브이플러스	3,817	46.8	미국
스크린	235,126	66.5	미국
시네마천국	295,475	51.1	미국
에이플티브이	4,119	82.4	중국
월드클래식무비	265,098	52.3	미국
위티브이	173	50.3	미국
인디필름	241,124	49.4	미국
채널액션	260,026	56.6	미국
채널유	1,590	41.51	이탈리아
채널차이나	4,882	64.4	중국
채널J	3,970	60.7	일본
청춘시대TV	1,770	47.5	미국
텔레노벨라	6,909	76.7	미국
통일TV	960	87.5	미국
한국낚시방송 (FISHING TV)	420	71.4	미국
허니TV	193,605	45.3	미국

주: '－'은 편성 기록이 없음을 의미

나. PP 채널의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율

2023년 편성현황을 제출한 PP 채널 중 27개 채널에서 2023년 동안 외국 수입 애니메이션을 편성한 기록이 있는 것으로 나타났다. 해당 27개 채널 중에서 18개 채널에서 외국 수입 애니메이션 중 일본 제작물의 편성비율이 가장 높았다.

해당 텔레비전 PP 채널에 대한 각각 1개 국가 제작물의 법정 최대 편성비율(90%)의 준수 여부를 분석한 결과, 1개 채널(캐리 TV)을 제외하고 모든 채널에서 외국 수입 애니메이션 중 특정 국가 제작물의 편성비율이 90% 이하를 기록한 것으로 나타났다(〈표 2－55〉 참조). 캐리TV는 가장 많이 편성된 1개국 제작 애니메이션의 편성비율이 100%였으나, 240분 이내로 수입 애니메이션을 편성했기 때문에 해당 규정을 적용받지 않는다.

〈표 2-55〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 애니메이션 중 1개 국가 제작물 편성비율 (2023년)

채널	연간		
	수입 애니메이션 방송시간(분)	1개국가 제작물비율(%)	제작국가
CTS기독교TV	2,240	87.1	영국
EBS ENGLISH	7,216	39.7	캐나다
EBS Kids	6,087	41.5	영국
JEI EnglishTV	12,600	32.6	프랑스
K-net TV	4,360	61.2	일본
KBS Kids	77,275	78.6	일본
kizmom (구: 니켈로디언)	34,410	57.1	일본
PLAYBOY TV	243	71.6	일본
RNA	2,541	74.6	일본
대교 노리Q	146,908	30.9	미국
대교 어린이TV	45,989	51.5	일본
더키즈	65,960	66.8	일본
부메랑	178,664	47.1	미국
브라보키즈	115,950	74.2	일본
신기한나라TV	54,106	53.3	영국
애니맥스	158,957	85.2	일본
애니박스	213,076	88.1	일본
애니원	216,584	86.7	일본
애니플러스	382,106	86.7	일본
위티브이	5,754	61.7	일본
육아방송	529	52.4	일본
재능TV	103,285	60.6	일본
챔프TV	71,439	86.8	일본
카툰네트워크	182,429	58.3	미국
캐리TV	30	100.0	일본
투니버스	269,666	57.8	일본
플레이런TV	13,851	67.8	프랑스

다. PP 채널의 수입 대중음악 중 1개 국가 제작물 편성비율

2023년 편성현황을 제출한 텔레비전 PP 채널 중 6개 채널이 외국 수입 대중음악을 편성하였다(〈표 2-56〉 참조). 2개 채널(ETN연예TV, Mnet)을 제외한 수입 대중음악을 편성한 모든 채널에서 연간 90% 이하의 특정 국가 제작물 편성비율을 기록하며, 편성비율 상한 규정을 준수한 것으로 나타났다. ETN연예TV와 Mnet는 특정 1개국의 제작물 편성비율이 100%에 이르렀지만, 수입한 대중음악을 연간 4편 또는 240분 이내로 편성했기 때문에 해당 규정을 적용받지 않는다.

〈표 2-56〉 방송채널사용사업자(PP)의 수입 대중음악 1개 국가 제작물 편성비율(2023년)

채널	연간		
	수입영화 방송시간(분)	1개 국가 제작물 비율(%)	제작 국가
ETN연예TV	50	100%	미얀마
Mezzo Live HD	11,850	46.1%	프랑스
SBS Mnet	916	100%	미국
OZIC	2,909,870	54.2%	미국
Satio	3,101,590	45.8%	미국
Sorie	3,553,245	55%	미국

제3장 현행 편성규제 목적 적합성 및 실효성 검토

이 장에서는 현행 편성 규제의 원리와 목적을 검토하고, 각 규제가 목적에 적합하며 실효성을 지니고 있는지 평가한다. 편성 규제를 다양성 추구와 산업 진흥이라는 두 가지 목적으로 구분한 뒤, 각각의 목적을 위해 도입된 규제의 구성 원리를 분석할 것이다. 또한, 규제 대상과 기준이 법령에 정의된 내용을 바탕으로 실효성을 논의한다. 이러한 평가는 방송 시장의 여러 데이터와 전문가 의견을 근거로 수행될 것이다.

제1절 편성규제의 원리와 목적

1. 편성규제의 원리

편성이란 콘텐츠를 묶어 제공하는 방식을 일컫는 것으로, 방송에서는 프로그램을 기획하고 선택한 뒤 이를 시간대에 따라 배치하는 과정을 편성이라고 정의할 수 있다(김유정, 2014). 홍원식(2020)은 편성을 시청자를 확보하기 위해 프로그램을 기획・선택하여 시간대에 배치하는 행위로 설명하며, 이 과정에서 프로그램의 스케줄링이 가장 핵심적인 요소라고 주장했다. 넓게 보면, 프로그램의 이름을 정하고 설계하며, 분량과 배치를 결정하는 기획 단계부터 제작 과정 전반까지 프로그램을 제공하는 자가 행하는 모든 것을 편성에 포함할 수 있다. 그러나 좁은 의미로는 프로그램의 내용, 형식, 시간대를 결정하는 행위 자체를 편성이라고 정의한다(한진만, 2013). 현재 방송법에서는 방송 편성을 “방송되는 사항의 종류・규격・내용・분량・시각・배열을 정하는 것”으로 규정하고 있다(방송법 제2조).

최근 방송의 영역이 확대되고, 콘텐츠 시청이 다양한 미디어를 통해 이루어짐에 따라, 편성의 정의를 확장해야 한다는 주장도 제기되고 있다. 김남두와 동료들(2022)은 변화하는 미디어 환경 속에서 프로그램을 기획, 선택, 배열하는 모든 과정을 포괄적으로 편성으로 간주해야 한다고 보았다. 그는 이러한 확대된 정의를 바탕으로, OTT와 같은 새로운 영상 플랫폼에 적합한 편성 규제의 틀을 마련해야 한다고 제안했다. OTT나 주문형 비디오 서비

스 등은 비실시간 시청이 이루어지므로 시간의 흐름에 따른 배열 즉, 스케쥴링이 중요하지 않다. 이러한 환경에서는 편성을 시간 중심으로 배열하는 것에서 공간적인 의미를 더해 배열하는 것으로 확대하는 것이 필요하다는 의견이다.

편성은 방송사의 수익을 극대화하기 위한 경영전략 중 하나이다. 방송사는 광고주와 시청자를 최대한 확보해 수익을 창출하기 위해 편성 전략을 세운다(Eastman & Ferguson, 2002). 광고 매출과 시청률을 높이기 위한 전략적 프로그램 배치는 방송사의 경쟁력을 강화하는 핵심 요소로 작용한다(정지영・유세영, 2015). 방송사는 각자의 목표에 맞춰 편성 전략을 자유롭게 수립할 수 있으며, 이러한 편성권은 방송사의 기본적인 권리로 보장된다.

방송 제도는 기본적으로 방송의 독립성과 표현의 자유를 수호하는 것을 원칙으로 하고, 방송법 제4조는 방송의 독립성과 표현의 자유를 기반으로 방송 편성의 자유와 독립을 명시하며 이를 보호하고 있다. 따라서 방송사업자는 외부의 간섭 없이 자유롭게 프로그램을 제작하고 편성할 권리를 가진다. 이러한 권리는 표현의 자유에 기반한 기본적 권리로, 국가의 간섭 없이 프로그램을 구성하고 전송할 수 있는 자유를 포함한다(고민수, 2011; 황성기, 2011). 그러나 이러한 방송사의 자유로운 편성권을 제한하는 것이 편성 규제이다. 편성 규제는 방송의 공익성을 실현하기 위한 것일 때 정당한 제한으로 간주할 수 있다.

2. 편성규제의 목적

편성 자유의 제한을 정당화할 수 있는 방송의 공익성에는 어떤 요소가 있을까? 연구들은 다양성의 확보에서 그 정당성을 찾고 있다(김남두, 2022; 황성기, 2011). 방송 프로그램의 편성 규제는 방송의 다양성을 높이고 시청자의 선택권을 보장하기 위해 설계된 공공이익 실현 수단이라는 것이다(고민수, 2011; 안정민, 2010; 홍원식, 2020). 표현의 자유가 보장하는 사상의 자유시장에서 다양한 시각과 목소리를 전달해 가능한 많은 선택권을 보장하는 것은 공공의 이익에 부합한다. 문화적 다양성을 보호하고, 공중의 정보추구 요구를 충족시키는 일이기도 하다. 방송사가 편향되거나 유사한 형태의 콘텐츠만을 편성하거나, 지나치게 상업적인 편성만을 추구하지 않고 다양성을 확보할 수 있도록 하기 위해 정부는 방송사의 편성권을 제한할 수 있다.

이외에도 산업정책적 목적을 위해 일부 편성권은 제한될 수 있다. 산업정책적 목적은

국가 영상 산업을 보호하고 콘텐츠 경쟁력을 강화하는 데 있다(안정민, 2010; 배진아, 2020). 국내 제작 프로그램 편성 비율 규제, 수입물 편성 비율 규제, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제, 외주 제작 프로그램 의무 편성 규제 등은 모두 국내 영상 산업 활성화와 독립 제작사 육성을 목적으로 한다(황성기, 2011; 안정민, 2010). 영세한 사업자를 보호하고, 콘텐츠 제작 역량을 강화하여 다양한 콘텐츠가 지속적으로 공급될 수 있도록 보장하며, 글로벌 시장에서 경쟁력 있는 콘텐츠를 제작할 수 있도록 장려하는 것이다.

아래 〈표 3-1〉은 현행 편성규제를 다양성 확보와 산업정책적 목적 두 가지 목적에 따라 분류한 것이다.

〈표 3-1〉 규제 목적별 편성규제 분류

규제목적	세부목적	규제항목
다양성 확보	방송분야 다양성 확보	종합편성 방송사업자 대상 오락 프로그램 편성 비율 규제 전문편성 방송사업자 대상 주된 방송분야 의무 편성 비율 규제
	공급 다양성 확보	순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제 1개국 수입 프로그램 편성제한
	지역 다양성 확보	지역 민방 사업자 대상 수중계 프로그램 편성 비율 제한
산업정책적 목적	외주제작사 육성	순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제
	국내 영상산업 보호	국내 제작물 의무 편성 비율 규제 국내제작 애니메이션 신규 편성 규제

결론적으로, 방송사업자는 외부 간섭 없이 자유롭게 편성할 권리를 가지지만, 공익성과 다양성의 가치를 위해 일정 부분 제한받을 수 있다. 편성 규제는 시청자에게 더 다양한 선택지를 제공하여 공공의 이익을 증진하는 목적으로 방송사의 편성 자유를 제한한다. 또 일부 편성규제는 국내의 영상 산업을 보호하고 진흥하기 위해 편성권을 제한하고 있다. 이러한 편성 규제의 정당성을 입증하려면 규제 목적이 타당한지, 그리고 규제 내용과 운영 방식이 그 목적에 부합하는지 검토해야 한다. 또한, 다양한 영상 플랫폼의 등장과 미디어 융복합이 가속화되는 환경에서 이러한 규제들이 여전히 실효성을 유지하고 있는지

평가해야 한다. 급변하는 미디어 환경에서 방송의 공익성과 시청자의 복지, 그리고 영상산업의 경쟁력을 지속적으로 확보하기 위해 규제의 유효성을 진단하는 작업이 필요하다.

제2절 다양성 확보를 위한 편성규제

1. 규제 현황

가. 오락 프로그램 편성 비율 규제

방송법은 '종합편성' 방송사업자와 '전문편성' 방송사업자를 구분하며, 종합편성을 담당하는 방송사업자에게는 보도, 교양, 오락 등 다양한 방송 분야 간의 균형을 유지하도록 방송 프로그램을 편성할 것을 요구하고 있다(방송법 제69조 제3항). 종합편성을 운영하는 사업자는 대통령령에 따라 보도, 교양, 오락의 장르를 조화롭게 편성할 의무가 있다. 이를 위해 방송법 시행령 제50조 제2항에서는 보도, 교양, 오락 프로그램을 각각 정의하며, 이들이 어느 한 분야의 프로그램이 편중되지 않고 조화를 이룰 수 있도록 편성할 것을 규정하고 있다. 시행령의 정의에 따르면 '보도 프로그램'은 국내외 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야를 다루는 시사적 취재·보도, 논평 및 해설 프로그램을 의미하며, '교양 프로그램'은 국민의 교양 증진과 교육, 어린이 및 청소년의 학습을 목적으로 하는 프로그램들을 가리킨다. '오락 프로그램'은 국민의 정서 함양 및 여가 생활의 다양화를 목표로 제작된 프로그램으로 규정된다.

구체적으로 방송법은 조화로운 편성 달성을 위해 종합편성 방송사업자가 오락 프로그램 편성할 수 있는 비율을 제한하고 있다. 2022년부터 2024년 현재까지 종합편성 방송사업자는 오락 프로그램을 '매반기'전체 방송시간의 60% 이하로 편성해야 한다(방송법 시행령 제50조 제1항). 반면, 보도와 교양 프로그램에 대해서는 별도의 편성 비율 제한이 없다. 이 규정은 종합편성을 포함한 텔레비전 및 라디오 방송 프로그램에 적용되며, 지상파 이동멀티미디어(DMB) 방송사업자의 경우 오락 프로그램을 60% 이상 편성할 수 있다.

〈표 3-2〉 오락 프로그램 편성 비율 규제 법령

방송법 제69조	② 종합편성을 행하는 방송사업자는 정치·경제·사회·문화 등 각 분야의 사항이 균형 있게 표현될 수 있도록 하여야 한다. ③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 방송프로그램의 편성에 있어서 대통령령이 정하는 기준에 따라 보도·교양 및 오락에 관한 방송프로그램을 포함하여야 하고, 그 방송프로그램 상호간에 조화를 이루도록 편성하여야 한다. 이 경우 대통령령이 정하는 주시청시간대(이하 "주시청시간대"라 한다)에는 특정 방송 분야의 방송프로그램이 편중되어서는 아니 된다.
방송법 시행령 제50조	① 종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제69조제3항 전단에 따라 보도에 관한 방송프로그램, 교양에 관한 방송프로그램 및 오락에 관한 방송프로그램이 상호간에 조화를 이루도록 편성하되, 그 구체적인 기준은 다음 각 호와 같다. 1. 텔레비전방송프로그램 및 라디오방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 60 이하로 편성할 것. 다만, 지상파이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60 이상으로 편성할 수 있다. 2. 데이터방송프로그램의 경우 오락에 관한 방송프로그램을 해당 채널의 매반기 전체 방송내용물의 100분의 60 이하로 편성할 것

종합편성 방송사업자에게 보도, 교양, 오락 세 분야의 방송 프로그램을 조화롭게 편성하도록 규정한 내용은 방송법의 제정 초기부터 존재해왔다. 1963년 방송법에서는 "보도, 교육・교양, 오락, 광고 및 기타" 분야의 프로그램을 균형 있게 편성할 의무를 명시하며, 각 분야 별로 보도 10% 이상, 교양 10% 이상, 오락 20% 이상을 편성할 것을 규정했다. 초기 규정은 각 분야별로 상한선이 아닌 편성 하한선을 기준으로 제시했다. 이러한 하한 기준은 1973년 개정된 방송법에서 교양과 오락 프로그램의 편성 비율을 각각 30% 이상과 20% 이상으로 확대되었고, 보도는 기존과 동일하게 10% 이상의 기준을 유지했다. 이후 1988년에는 개정을 통해 교양 프로그램의 비율을 전체 방송시간의 40% 이상으로 상향 조정했다.

2000년대 통합방송법과 그 시행령이 제정 시행되면서 오락 프로그램에 대해서는 편성 상한 기준이 도입되었다. 보도와 교양에 대해서는 최소 편성량 기준을 그대로 두되, 오락

프로그램의 편성량은 제한하는 방식으로 규제를 개정한 것이다. 2000년 법령에 따르면 보도는 10% 이상, 교양은 30% 이상 편성하되, 오락 프로그램은 전체 방송시간의 50%를 초과하지 않도록 제한했다. 이후 해당 규제는 하한을 규정하는 규제는 삭제하는 방향으로 변화했다. 2001년에는 보도 프로그램의 하한 규정이 삭제되었고, 2004년에는 교양 프로그램의 하한 규정도 폐지되면서, 이후 종합편성 사업자에게는 오락 프로그램의 상한 비율만이 적용되었다.

오락 프로그램의 편성 비율 제한은 2021년까지 전체 방송시간의 50% 이하로 유지되다가, 규제의 실효성 문제 제기로 2021년 시행령 개정을 통해 60% 이하로 완화되었다. 또한 규제 완화의 일환으로 프로그램 편성 비율 산정 기준을 '매월'에서 '매반기'로 변경하였다. 이에 따라 2024년 기준, 종합편성 텔레비전 및 라디오 방송사업자는 오락 프로그램을 매반기 기준으로 전체 방송시간의 60% 이하로 편성해야 한다.

〈표 3-3〉 오락 프로그램 편성 비율 규제 경과

구분	1964년	1973년	1988년	2000년	2001년	2004년	2021년 ~
보도	10% 이상	10% 이상	10% 이상	10% 이상	-	-	-
교양	20% 이상	30% 이상	40% 이상	30% 이상	30% 이상	-	-
오락	20% 이상	20% 이상	20% 이상	50% 이하	50% 이하	50% 이하	60% 이하

나. 주된 방송분야 의무 편성 비율 규제

방송법은 종합편성과 구분되는 전문편성을 행하는 방송사업자에 대해 그 전문 분야에 대한 방송 프로그램을 주로 편성하도록 규정하고 있다. 방송법 제69조 제4항에 따라 전문편성을 수행하는 방송사업자는 허가·승인 또는 등록된 주된 방송 분야가 충분히 반영되도록, 대통령령에서 정한 기준에 따라 방송 프로그램을 편성해야 한다. 해당 법의 시행령에서는 지상파 방송사업자가 주된 방송 분야의 프로그램을 매반기 기준으로 60% 이상 편성하도록 규정하고 있으며, 케이블 SO 및 위성방송사업자와 방송채널사용사업자(PP)는 각각 매반기 기준으로 70% 이상 편성해야 한다(방송법 시행령 제50조 제4항).

〈표 3-4〉 주된 방송분야 의무 편성 비율 규제 법령

방송법 제69조	④전문편성을 행하는 방송사업자는 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송분야가 충분히 반영될 수 있도록 대통령령으로 정하는 기준에 따라 방송프로그램을 편성하여야 한다. ⑤전문편성을 행하는 방송사업자가 허가를 받거나 승인을 얻거나 등록을 한 주된 방송분야 이외에 부수적으로 편성할 수 있는 방송프로그램의 범위와 종류는 대통령령으로 정한다.
방송법 시행령 제50조	④법 제69조 제4항에서 "대통령령으로 정하는 기준"이란 다음 각 호의 기준을 말한다. 1. 텔레비전방송채널 또는 라디오방송채널의 경우 사업자별로 다음 각 목의 비율에 따라 편성할 것 가. 지상파방송사업자: 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 60 이상. 다만, 지상파이동멀티미디어방송사업자의 경우 100분의 60 이하로 편성할 수 있다. 나. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이상 다. 방송채널사용사업자: 해당 채널의 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이상 2. 데이터방송채널의 경우 해당 채널의 매반기 전체 방송내용물의 100분의 60 이상 편성할 것 ⑤ 법 제69조 제5항에 따라 전문편성을 행하는 방송사업자가 부수적으로 편성할 수 있는 방송프로그램은 제2항에 따른 교양에 관한 방송프로그램 또는 오락에 관한 방송프로그램으로 한정한다. 다만, 제54조에 따른 공공채널과 영어 등 외국어를 주 언어로 하여 국내체류 외국인에게 대한민국에 관한 정보제공을 목적으로 하는 채널 등 다음 각 호의 구분에 따른 자가 고시하는 채널의 경우에는 그러하지 아니하다.

이 규제는 2000년 통합방송법의 시행과 함께 도입되었다. 2000년 통합방송법 제정을 통해 방송채널사용사업자(PP)의 진입이 등록제로 전환되었으며, 이와 함께 방송법 제69조에 '전문편성'과 '전문편성을 행하는 방송사업자'라는 새로운 범주가 생겨났다. 전문편성 사업자의 범주가 신설되면서 이들에 대한 '주된 방송분야의 프로그램 편성 의무'가 신설 됐다. 이는 전문편성 방송사업자는 특정 분야를 중심으로 균형 있는 방송을 운영하는 것을 목적으로 하므로 전문 분야에서 과도하게 벗어난 편성은 본래 취지에 어긋난다는 인식(김정태, 2016)에 기반하고 있다.

처음 이 규제는 매월 지상파의 전문편성 사업자에게는 50% 이상, 지상파 외 전문 편성 사업자에게는 80% 이상 주된 방송분야의 프로그램을 편성하는 의무를 부여했다. 이후 2004년 9월 시행령 개정에서는 매체별로 전문편성 사업자의 주된 방송 분야 편성 비율을 세분화하여, 지상파 방송사업자는 매월 60% 이상, 케이블SO와 위성방송 사업자는 70% 이상, PP 사업자는 80% 이상을 해당 분야의 프로그램으로 편성하도록 규정을 강화했다. 이어서 2007년 시행령 개정에서는 전문편성 방송사업자가 주된 방송 분야 외에 편성할 수 있는 프로그램의 범위를 교양 및 오락 프로그램으로 제한하는 조항을 추가했다(방송법 시행령 제50조 제5항).

2021년 4월에는 방송 환경의 급격한 변화에 대응하고 국내 방송 산업의 활성화와 성장 동력을 강화하기 위해 방송법 시행령이 개정됐다(2021년 4월 30일 방송법 시행령, 대통령령 제31658호, 시행 2022. 1. 1. 개정 이유). 이 개정을 통해 전문편성 PP의 주된 방송 분야 의무 편성 비율은 기존 80% 이상에서 70% 이상으로 완화되었으며, 편성 비율 산정 기준은 '매월'에서 '매반기'로 변경되었다. 이는 2000년 통합방송법 이후 처음으로 이루어진 전문편성 사업자에 대한 규제 완화였다. 이후 주된 방송분야에 대한 의무 편성 비율은 매반기 70%으로 유지되어 오고 있다.

〈표 3-5〉 주된 방송분야 의무 편성 비율 규제 경과

구분	2000년	2004년		2021년
지상파 전문편성	50% 이상	60% 이상		지상파 60% 이상
지상파 외 전문편성	80% 이상	케이블 SO · 위성	70% 이상	70% 이상
		PP	80% 이상	70% 이상
산정 기간	매월	매월		매반기

다. 순수 외주 제작 프로그램 의무 편성 비율 규제

방송법 제72조는 종합편성을 하는 방송사업자들이 순수 외주 제작 방송 프로그램을 의무 편성할 것을 규정하고 있다. 이 조항에 따르면, 종합편성을 하는 방송사업자는 자사나 특수관계자가 제작하지 않은 순수 외주 제작 방송 프로그램을 대통령령에서 정한 일정 비

율 이상으로 편성해야 한다. 이는 독립 제작사의 성장을 지원하고 국내 방송 영상 제작 시장을 활성화하며, 프로그램 제작원의 다양성을 확보하기 위해 마련된 제도이다.

순수 외주 제작 방송 프로그램의 의무 편성 비율은 방송사업자별로 다르게 적용된다. 각 방송사에 대한 세부 편성 비율은 방송법 시행령 및 관련 고시에 의해 규정된다. 2024년 기준, KBS1은 전체 방송시간의 19% 이상, KBS2는 35% 이상을 순수 외주 제작 프로그램으로 편성해야 하며, MBC와 SBS는 각각 30% 이상, EBS는 16% 이상을 의무적으로 편성해야 한다. 지역 지상파 방송사업자의 경우, 지역 MBC는 전체 방송시간의 20% 이상, 지역 민방(단, SBS 제외)은 3.2% 이상을 순수 외주 제작 프로그램으로 채워야 한다. 지상파 방송사업자 외에도 종합편성채널 방송사는 동일 서비스 동일 규제 원칙에 따라 MBC와 SBS와 동일하게 전체 방송시간의 30% 이상을 순수 외주 제작 프로그램으로 편성해야 한다. 이와 같은 의무 편성 비율은 매반기를 기준으로 산정된다.

또한, 방송법은 전체 방송시간에 대한 의무 편성 외에도 주시청시간대의 의무 편성을 명시하고 있다. 방송법 제72조 제3항은 "종합편성을 행하는 방송사업자는 주시청시간대에 대통령령으로 정해진 일정 비율 이상의 순수 외주 제작 방송 프로그램을 편성해야 한다"라고 규정하고 있다. 방송법 시행령 및 관련 고시에 따르면, 종합편성을 수행하는 모든 방송사는 주시청시간대 방송시간의 10% 이상을 순수 외주 제작 프로그램으로 구성해야 한다.

〈표 3-6〉 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제 법령

방송법 제72조 (순수외주제작 방송프로그램의 편성)	① 방송사업자는 당해 채널의 전체 방송프로그램 중 국내에서 당해 방송사업자나 그 특수관계자가 아닌 자가 제작한 방송프로그램(이하 "순수외주제작 방송프로그램"이라 한다)을 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다. ② 삭제 ③ 종합편성을 행하는 방송사업자는 순수외주제작 방송프로그램을 주시청시간대에 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다. ④ 제1항의 규정에 의한 순수외주제작 방송프로그램의 편성비율은 방송매체와 방송 분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.
방송법 시행령 제58조(순수외주제작 방송프로그램의	① 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 법 제72조제1항에 따라 국내에서 해당 방송사업자나 그 특수관계자가 아닌 자가 제작한 텔레비전방송프로그램(영

편성)	화는 제외하며, 이하 “순수외주제작 방송프로그램”이라 한다)을 해당 채널의 매반기 전체 텔레비전방송시간의 100분의 35 이내에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다. ② 삭제 ③종합편성을 행하는 방송사업자는 법 제72조제3항에 따라 순수외주제작 방송프로그램을 해당 채널의 매반기 주시청시간대 텔레비전방송시간의 100분의 15 이내에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다. ④방송통신위원회는 제1항 및 제3항에 따라 편성비율을 고시하는 경우에는 문화체육관광부장관과 합의하여야 한다. ⑤ 제1항 및 제3항에 따른 순수외주제작 방송프로그램의 인정기준과 편성비율 산정 시 특정 방송프로그램에 가중치를 두거나 전체 방송시간에서 특정 방송프로그램의 방송시간을 제외할 수 있는 기준은 방송통신위원회가 정하여 고시한다.
방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제9조	① 지상파방송사업자, 지상파방송채널사용사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 1. 한국방송공사. 가. 지상파제1텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 19 이상 나. 지상파제2텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 35 이상 2.「방송문화진흥회법」에 따른 방송문화진흥회가 최다출자자인 지상파방송사업자. 가. 지상파텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상 3. 제2호의 지상파방송사업자가 최다출자자인 지상파방송사업자: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 20 이상 4. 제1호부터 제3호까지의 방송사업자를 제외한 직전 3개 사업연도 평균 매출액이 3천억원 이상인 지상파방송사업자. 가. 지상파텔레비전방송: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상 5. 한국교육방송공사: 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 16 이상 6. 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자 : 당해 채널별로 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 32 이상(다만, 제1호부터 제5호까지의 지상파방송사업자는 해당 각호에 따른다.) 7. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 : 해당 채널별 매반기 전체 텔레비전 방송시간의 100분의 30 이상 ② 지상파방송사업자 및 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 종

	합편성을 행하는 당해 채널별 매반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 100분의 10 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 다만, 종합편성을 행하는 지상파방송채널사용사업자는 당해 채널별 매반기 주시청시간대 텔레비전 방송시간의 100분의 3 이상 순수외주제작 방송프로그램을 편성하여야 한다.

이 규제에서 말하는 순수 외주 제작 프로그램이란, 방송사나 그 자회사 등 특수관계자가 아닌 외부 제작사가 제작한 프로그램을 의미한다. 이러한 규제는 원래 지상파 방송사업자 등이 설립하거나 투자한 외주 제작사의 프로그램이 지나치게 많이 편성되는 것을 방지하기 위해 도입된 특수관계자 제작 프로그램 편성 비율 규제를 수정한 결과이다. 2016년, 특수관계자 제작 프로그램 편성 비율 규제가 순수 외주 제작 프로그램 의무 편성 규제로 재설계되면서, 특수관계자가 아닌 독립 외주 제작사가 제작한 프로그램이라는 정의로 새롭게 규정되었다.

현재 편성고시에서 규정하고 있는 순수 외주제작 프로그램은 다음과 같은 조건을 지켜야 한다. 먼저 제작 방식 기준으로 한 조건 다섯 가지, 1) 외주제작사가 작가와의 계약 체결을 담당하는 경우, 2) 외주제작사가 주요 출연자와의 계약 체결을 담당하는 경우, 3) 외주제작사가 주요 스태프(연출, 촬영, 편집, 조명 또는 미술 스태프) 중 2가지 이상 분야의 책임자와의 계약 체결을 담당하는 경우, 4) 외주제작사가 방송 프로그램 제작에 소요되는 재원의 100분의 30 이상을 조달하는 경우, 5) 외주제작사가 제작비의 집행 및 관리와 관련된 제반 의사 결정을 담당하는 경우, 중 3가지 이상의 요건을 갖추고 프로그램이 제작된다면 이를 순수 외주제작 프로그램으로 보고 있다. 이와 별도로 외주제작 방송 프로그램의 판매에 따른 수익을 전부 외주제작사가 가지거나 배분하는 계약을 체결하는 경우 순수 외주제작 프로그램으로 간주한다. 이 때 수익 분배 계약 조건은 1) 방송권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약, 2) 전송권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약, 3) 복제·배포권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에 배분하는 계약, 4) 공연권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약, 5) 2차적 저작물작성권 판매에 따른 수익의 30% 이상을 외주제작사에게 배분하는 계약 등 5가지 조건 중 3가지 이상을 만족하면 순수 외주제작 프로그램 인정 요건이 된다. 방송통신위원회는 순수 외주제작 인정 자문위원회를 구성해 프로그램의 제작 주체를

검토하는 과정을 거치기도 한다.

외주 제작 프로그램 의무 편성규제는 1990년 방송법 제31조에서 시작되었다. 당시 외부 기관이 제작한 방송 프로그램에 대한 편성 비율 규정이 처음으로 도입됐다. 이후 2000년 통합방송법에서 외주 제작 프로그램 편성 규제가 본격적으로 구체화되었다. 이 법의 제72조에서는 외주 제작 방송 프로그램의 편성 비율이 명시되었으며, 특수관계자가 제작한 프로그램에 대한 편성 제한 규정도 포함되었다. 또한, 이 시점부터 주시청시간대 외주 제작 프로그램의 편성 비율을 규제하는 방안이 시행되기 시작했다. 2000년부터 2016년까지의 편성 규제는 전체 외주제작 프로그램의 편성 비율을 규정하고, 그 안에서 특수관계자가 제작한 외주제작 프로그램이 편성될 수 있는 비율을 제한하는 형식으로 구성되어 있었다.

이는 2016년에 이르러 특수관계자가 제작한 프로그램을 제한하는 방식의 네거티브 규제에서 순수 외주 제작 프로그램으로 정의된 콘텐츠를 일정 비율 이상 편성하도록 의무를 부여하는 포지티브 규제로 전환되었다. 지상파 방송사업자에게 적용되던 이 규제는 2019년에 종합편성을 하는 방송채널사용사업자를 규제 대상으로 포함했다. 이후 2022년는 지역 방송의 경영 부담을 경감하기 위해 지역 MBC의 의무 편성 비율이 기존 30%에서 20%로 낮추는 편성고시 개정이 이루어졌다.[58]

〈표 3-7〉 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제 경과

구분	대상	2000년	2001년	2002년	2003년	2005년	2016년	2019년	2022년~
	산정기간	매월	매월	매월	매월	매 분기	매 반기	매반 기	매 반기
전체 방송 시간대, 외주 제작	KBS1	22% 이상	9.30까지: 24% 이상 10.1부터: 26% 이상	28% 이상	30% 이상	24% 이상	순수 외주 19% 이상	순수 외주 19% 이상	순수외주 19% 이상
	KBS2					40% 이상	순수외주 35% 이상	순수외주 35% 이상	순수외주 35% 이상

58) 2024년 7월 3일 방송 프로그램 편성에 관한 고시 일부 개정으로 지역 MBC와 지역 민방에 부여된 순수 외주 제작 프로그램의 의무 편성 비율이 한시적으로 완화되었다. 이는 지역 방송의 제작 비용 부담을 줄이고 자체 제작을 촉진하기 위한 조치로, 2024년 하반기부터 2026년 상반기까지 2년간 적용된다. 개정된 기준에 따라 지역 MBC는 기존 20%에서 14% 이상, 지역 민방은 기존 3.2%에서 2.6% 이상의 완화된 의무 편성 비율을 적용받는다.

구분	대상	2000년	2001년	2002년	2003년	2005년	2016년	2019년	2022년~
	산정기간	매월	매월	매월	매월	매 분기	매 반기	매반 기	매 반기
	EBS			20% 이상	20% 이상	20% 이상	순수외주 16% 이상	순수외주 16% 이상	순수외주 16% 이상
	MBC, SBS	27% 이상	9.30까지: 29% 이상 10.1부터: 31% 이상	33% 이상	35% 이상	35% 이상	순수외주 30% 이상	순수외주 30% 이상	순수외주 30% 이상
	지역 MBC	27% 이상	9.30까지: 29% 이상 10.1부터: 31% 이상	33% 이상	35% 이상	35% 이상	순수외주 30% 이상	순수외주 30%이상	순수외주 20%이상
	기타 지상파 사업자	4% 이상	4% 이상	4% 이상	4% 이상	4% 이상	순수외주 3.2% 이상	순수외주 3.2% 이상	순수외주 3.2% 이상
	종편PP	-	-	-	-	-	-	순수외주 30% 이상	순수외주 30% 이상
전체 외주제작 프로그램, 특수관계자 외주제작		18% 이하	18% 이하	20% 이하	21% 이하	21% 이하	〈삭제〉	〈삭제〉	〈삭제〉
주시청시간대, 외주제작		6% 이상	8% 이상	10% 이상	10% 이상	10% 이상	순수외주 10% 이상 (지상파)	순수외주 10% 이상 (지상파, 종편PP)	순수외주 10% 이상 (지상파, 종편PP)

라. 1개국 수입 프로그램 편성 제한 규제

방송법에서는 특정 단일 국가의 제작물에 대한 지나친 의존을 방지하기 위해, 외국에서 수입된 영화, 애니메이션, 대중음악에 대해 국가별 편성 상한선을 설정하고 있다(방송법 제71조 제4항, 방송법 시행령 제57조 제5항). 구체적으로, 방송법 제71조 제4항에서는 "방송사업자는 다양한 국제문화를 수용할 수 있도록 연간 방송되는 외국 수입 영화, 애니메이션 및 대중음악 중 특정 국가의 제작물이 대통령령으로 정한 비율을 초과하지 않도록 편성해야 한다"고 규정하고 있으며, 시행령과 편성고시에서 상한 비율을 정하고 있다. 이

는 수입 콘텐츠의 제작 국가를 다양화하여 문화적 편중을 예방하고 국제적인 문화 다양성을 보장하기 위한 조치의 하나라고 할 수 있다.

2022년 개정돼 현재 시행 중인 시행령과 편성고시에 따르면, 현재 특정 국가의 제작물은 영화, 애니메이션, 대중음악 각 분야에서 방송시간의 90%를 초과할 수 없다. 이 비율은 연간 수입 제작물의 방송시간을 기준으로 산정된다. 다만, 방송사가 수입 콘텐츠를 많이 편성하지 않을 경우에는 비율의 산정에 변수가 많기 때문에 예외를 두고 있다. 연간 편성하는 수입 영화, 애니메이션, 대중음악의 각각 편성량이 4편 이하이거나 방송시간이 240분 이하일 경우, 해당 규제 적용에 예외를 인정하고 있다.

〈표 3-8〉 1개국 수입 프로그램 편성 제한 규제 법령

방송법 제71조 (국내 방송프로그램의 편성)	… ④ 방송사업자는 다양한 국제문화 수용을 보장하기 위하여 연간 방송되는 외국 수입 영화·애니메이션 및 대중음악 중 한 국가에서 제작한 영화·애니메이션 및 대중음악이 대통령령이 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상을 초과하지 아니하도록 편성하여야 한다.
방송법 시행령 제57조 (국내제작 방송프로그램의 편성)	… ⑤ 방송사업자(특정한 한 국가의 방송프로그램을 주된 방송분야로 등록한 방송채널사용사업자는 제외한다)는 법 제71조제4항에 따라 한 국가에서 제작한 영화・애니메이션 및 대중음악을 분야별로 해당 채널의 연간 전체 외국 수입 영화・애니메이션 및 대중음악 방송시간의 100분의 90 이하에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율을 초과하지 않도록 편성해야 한다.
방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시 제8조	제57조제5항에 따른 방송사업자는 외국에서 수입한 영화・애니메이션・대중음악 중 1개 국가에서 제작된 영화・애니메이션・대중음악을 분야별로 해당 채널의 연간 전체 외국에서 수입한 영화・애니메이션・대중음악 방송시간의 100분의 90을 초과하여 편성할 수 없다. 다만, 외국에서 수입한 영화・애니메이션・대중음악을 연간 각 4편 또는 각 240분 이내로 편성한 방송사업자에게는 적용하지 아니한다.

1개 국가에서 제작된 수입물의 편성 비율을 제한하는 이 규제는 2000년에 처음 도입되었다. 도입 당시에는 현재보다 훨씬 엄격한 기준이 적용되었으며, 외국에서 수입한 영화, 애니메이션, 대중음악 중 특정 국가에서 제작된 수입물이 매월 수입물 방송 시간의 60%를

초과하지 못하도록 제한했다. 이후, 2005년과 2010년에 걸쳐 산정 기간 기준이 확대되면서 규제가 완화되었으며, 2011년에는 매반기 기준 80% 이하로 대폭 완화되었다. 마지막으로 2022년 개정을 통해 연간 기준으로 90% 이하로 추가 완화되면서 현재의 규제가 적용되고 있다.

〈표 3-9〉 1개국 수입 프로그램 편성 제한 규제 경과

구분	2001년	2005년	2010년	2011년	2022년
편성비율	60% 이하	60% 이하	60% 이하	80% 이하	90% 이하
산정기간	매월	매분기	매반기	매반기	연간

마. 지역민방 수중계 프로그램 편성 비율 규제

지역 민영 방송사(지역민방)들은 1991년 서울 민영 방송사인 SBS의 개국을 시작으로, 1994년부터 2002년까지 3차례에 걸쳐 순차적으로 설립되었다. 지역민방의 설립이 진행되는 가운데, 2000년에는 지역민방의 수중계 프로그램 편성 비율을 제한하는 '다른 방송사업자의 제작물 편성 규제'가 도입되었다. 이 규제는 지역민방이 지역의 고유한 특성을 반영하고, 지역 문화를 보존하는 역할을 충실히 수행할 수 있도록 자체 제작 및 편성을 장려하는 것을 목적으로 하고 있다.

이 규제는 지상파 텔레비전 방송사업자, 지상파 라디오 방송사업자, 그리고 지상파 이동멀티미디어 방송사업자를 대상으로 적용하는데, 방송법 제69조 제6항에서는 구체적으로 "한국방송공사, 특별법에 의해 설립된 방송사업자, 방송문화진흥회법에 따라 설립된 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사가 출자한 방송사업자"를 제외한 지상파 방송사업자를 대상으로 한다고 명시하고 있다. 방송법의 해당 조항에 따라 편성고시에서는 KBS(한국방송공사)와 지역 KBS(특별법에 의한 방송사업자)와 MBC(방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자)와 지역 MBC(방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자가 출자한 방송사업자)를 제외하고, 지역민방들에 대한 '다른 방송사업자의 제작물 편성 규제'를 명시하고 있다.

〈표 3-10〉 지역민방 수중계 프로그램 편성 비율 규제 법령

방송법 제69조	⑥ 한국방송공사 및 특별법에 의한 방송사업자, 방송문화진흥회법에 의한 방송문화진흥회가 출자한 방송사업자 및 그 방송사업자가 출자한 방송사업자를 제외한 지상파방송사업자는 다른 한 방송사업자의 제작물을 대통령령이 정하는 비율 이상 편성하여서는 아니 된다.

방송법 제69조의 시행령 제50조와 그에 따른 편성고시에서는 각 지역민방이 따라야 할 수중계 상한 비율을 규정하고 있다. 2024년 현재 지역민방은 2021년 개정된 편성고시에 따라 전전년도의 매출액 기준으로 차등화된 의무 비율을 적용받는다. 구체적으로, 방송사업 매출액이 100억 원 미만인 경우 매반기 전체 방송시간의 78% 이내, 100억 원 이상 150억 원 미만인 경우 76% 이내, 150억 원 이상 200억 원 미만인 경우 74% 이내, 200억 원 이상 250억 원 미만인 경우 72% 이내로 편성해야 한다. 이어서, 매출액이 250억 원 이상 300억 원 미만인 경우는 71% 이내, 300억 원 이상 350억 원 미만은 70% 이내, 350억 원 이상 400억 원 미만은 69% 이내, 마지막으로 400억 원 이상인 경우에는 68% 이내로 수중계 프로그램을 편성하도록 규정되어 있다.

〈표 3-11〉 지역민방 수중계 프로그램 편성 비율 규제 세부 법령

방송법 시행령 제50조	제50조(방송프로그램의 편성 등) ⑥ 법 제69조제6항에서 "대통령령으로 정하는 비율"이란 다음 각 호의 구분에 따른 범위에서 같은 항에 따른 지상파방송사업자의 경영상태 및 방송프로그램 수급여건 등을 고려하여 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율을 말한다. 1. 지상파텔레비전방송사업자가 다른 한 지상파텔레비전방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상 100분의 85 이하 2. 지상파라디오방송사업자가 다른 한 지상파라디오방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 40 이상 100분의 80 이하 3. 지상파이동멀티미디어방송사업자가 다른 한 지상파방송사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상 4. 지상파이동멀티미디어방송사업자가 다른 한 방송채널사용사업자의 제작물을 편성할 수 있는 비율: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 50 이상

방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제2조	① 지상파텔레비전방송사업자중 케이엔엔(KNN), 티비씨(TBC), 광주방송, 대전방송, 전주방송, 청주방송, 울산방송, 지원(G1), 제주방송은 다음 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다. 다만, 각 호의 비율은 전년도 비율 대비 채널별로 1퍼센트 포인트를 초과하여 증가 또는 감소할 수 없다. 1. 방송사업매출액이 100억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 78 이내 2. 방송사업매출액이 100억원 이상 150억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 76 이내 3. 방송사업매출액이 150억원 이상 200억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 74 이내 4. 방송사업매출액이 200억원 이상 250억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 72 이내 5. 방송사업매출액이 250억원 이상 300억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 71 이내 6. 방송사업매출액이 300억원 이상 350억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이내 7. 방송사업매출액이 350억원 이상 400억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 69 이내 8. 방송사업매출액이 400억원 이상인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 68 이내 ② 지상파라디오방송사업자중 케이엔엔(KNN), 티비씨(TBC), 광주방송, 대전방송, 전주방송, 청주방송, 울산방송, 지원(G1), 제주방송, 경인방송은 다음 각 호의 비율을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다. 다만, 각 호의 비율은 전년도 비율 대비 채널별로 1퍼센트 포인트를 초과하여 증가 또는 감소할 수 없다. 1. 방송사업매출액이 100억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 78 이내 2. 방송사업매출액이 100억원 이상 150억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 76 이내 3. 방송사업매출액이 150억원 이상 200억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 74 이내 4. 방송사업매출액이 200억원 이상 250억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 72 이내 5. 방송사업매출액이 250억원 이상 300억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 71 이내 6. 방송사업매출액이 300억원 이상 350억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 70 이내 7. 방송사업매출액이 350억원 이상 400억원 미만인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 69 이내

	8. 방송사업매출액이 400억원 이상인 방송사업자: 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 68 이내 ③ 지상파이동멀티미디어방송사업자는 채널별로 매반기 전체 방송시간의 100분의 80을 초과하여 다른 한 방송사업자가 제작한 방송프로그램을 편성할 수 없다. ④ 제1항 및 제2항 각호의 방송사업매출액은「방송법」제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다.

수중계 프로그램 편성 비율 제한 규제의 도입 초기에는 각 지역 민영방송사의 허가 차수에 따라 수중계 프로그램 편성 상한선이 다르게 설정되었다. 1차 허가를 받은 KNN, 광주방송, TBC, 대전방송은 69% 이내, 2차 허가를 받은 청주방송, 전주방송, 울산방송은 71% 이내, 3차 허가를 받은 G1과 제주방송은 77% 이내로 수중계 허용 비율이 규정되어 있었다. 그러나 시간이 지나 각 지역 민영방송사들이 안정기에 접어들면서, 허가 차수에 따른 차등 적용은 현실적인 타당성이 떨어진다는 지적이 제기되었다. 이에 따라, 방송사의 경영상황과 제작 역량 등을 고려한 매출액 기준으로 비율이 변경됐다.

2022년부터는 2021년 개정된 기준에 따라 지역민방사는 전전년도 방송사업매출액에 기준으로 결정된 비율 상한인 68%에서 78% 이내로 수중계 프로그램 편성해야 한다. 이때 기준이 되는 방송사업매출액은 방송법 제98조의2 제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표에서 발표한 전전년도 매출액을 사용한다.

〈표 3-12〉 지역민방 수중계 프로그램 편성 비율 기준

구분	방송사업 매출액 100억 미만	방송사업 매출액 100억~150억 미만	방송사업 매출액 150억~200억 미만	방송사업 매출액 200억~250억 미만	방송사업 매출액 250억~300억 미만	방송사업 매출액 300억~350억 미만	방송사업 매출액 350억~400억 미만	방송사업 매출액 400억 이상	산정기준
지역민방의 지상파 텔레비전·라디오 채널	78%⬇	76%⬇	74%⬇	72%⬇	71%⬇	70%⬇	69%⬇	68%⬇	전체 방송시간 (매 분기)
지상파DMB	80%⬇								

2. 규제 목적 합목적성 및 실효성 평가

가. 다양성 달성 평가

오락 프로그램 편성 비율 규제, 주된 방송 분야 의무 편성 비율 규제, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제, 1개국 수입 프로그램 편성 제한 규제, 수중계 프로그램 편성 비율 제한 규제의 공통된 목표는 시청자에게 다양한 프로그램을 제공하는 데 있다. 이러한 규제들은 시청자들이 다양한 장르, 분야, 제작 주체, 그리고 지역에서 제작된 프로그램을 접할 수 있도록 설계되었다. 특정 장르나 분야, 제작 주체 또는 특정 지역에 편중되는 것을 방지하는 데 초점을 맞추고 있다. 예를 들어, 오락 프로그램이 과도하게 편성되지 않도록 하며, 다양한 전문 분야의 프로그램이 균형 있게 공급될 수 있도록 유도한다. 또한, 소수의 대형 방송사가 프로그램 공급을 독점하거나 특정 국가나 지역의 프로그램이 지나치게 편중되는 현상을 방지하는 데 목적을 두고 있다.

실제 편성 현황을 살펴보면, 방송사들은 다양성 관련 규제를 상당히 잘 준수하고 있는 것으로 보인다. 정영주・황현정(2024)의 연구에 따르면, 2013년부터 2022년까지 10년간 편성규제 위반 사례는 많지 않았다. 오락 프로그램 편성 비율 규제와 관련하여 2017년과 2018년에 각각 20건과 27건의 위반 사례가 보고되었지만, 이는 MBC와 SBS의 위반 편성이 지역계열사 및 지역 민방으로 수중계되면서 발생한 것으로, 실질적으로는 MBC와 SBS의 2건으로 간주할 수 있다. 그 외 편성규제 위반 사례는 매년 5건 이하로 발생해 대부분의 방송사업자가 규제를 준수하고 있었다.

그렇다면, 한국 방송의 다양성은 충족되고 있는가? 먼저 다양성이란 어떻게 구성되고 평가될 수 있는지 살펴볼 필요가 있다. 미디어의 계위에서 수평적 다양성과 수직적 다양성으로 구분할 수 있다(성욱제 외, 2015; 성욱제, 2022). 수평적 다양성은 다양한 채널이 많이 존재해서 이용자가 선택할 수 있는 채널의 선택지가 많아지는 것으로 외적 다양성이다. 수직적 다양성은 한 채널 내에 다양한 프로그램이 존재해 이용자가 다양한 프로그램을 접할 수 있는 다양성을 뜻한다(성욱제, 2022). 현재 편성규제는 수평적, 수직적 다양성 모두를 추구하고 있다. 종합편성을 하는 방송사업자에 대해서 적용되는 오락 프로그램 편성 비율 규제나 수입물 1개국 제한 규제, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제, 수중계 프로그램 편성 비율 규제 등은 내적 다양성인 수직적 다양성을 확보하기 위한 규제라

고 할 수 있다. 전문편성 채널에 대한 주된 방송분야의 프로그램 의무 편성 비율 규제는 전문채널의 전문성을 확보함으로써 궁극적으로 채널의 다양성을 추구하고자 한 수평적 다양성 규제이다.

현행 편성규제로 인해 수평적, 수직적 다양성은 일정 부분 달성하고 있는 것으로 보인다. 편성 현황조사의 결과에 따르면 종합편성을 하는 방송사업자는 보도・교양・오락 세 분야의 방송 프로그램을 정해진 편성 비율에 따라 균형적으로 편성하고 있고, 외주 제작사에서 제작한 프로그램을 일정 부분 보장함으로써 제작 주체의 다양성도 유지하고 있다. 또, 수입 콘텐츠를 일정량 이상 편성하는 방송사업자들은 제작 국가가 편중되지 않도록 하고 있고, 지역 방송사들도 30% 전후의 비율로 지역에서 자체 편성하는 프로그램을 편성하고 있다. 이들 결과는 수직적 다양성이 확보되고 있음으로 보여준다. 또, 전문편성 사업자들도 대부분 자신의 주된 방송 분야의 프로그램을 주로 편성함으로써 전문성을 갖춘 차별되는 채널로서 기능하고 있는 것으로 보인다. 2022년 기준 179개[59]의 방송채널사용사업자(PP)가 존재하고 이들 중 대부분이 전문편성을 실시하고 있다. 전문편성 채널의 양적 성장을 보면 채널의 다양성도 충분히 확보된 것으로 보인다.

그러나 다양성의 증대가 편성 규제의 직접적인 결과라고 단정할 수는 없다. 특히, 수평적 다양성의 증가는 편성 규제보다는 미디어 환경 변화의 영향이 더 크다. OTT의 등장은 이용자들이 접근할 수 있는 콘텐츠의 양과 종류를 기하급수적으로 증가시켰다. 유료 방송의 PP에서 제공되던 다양성을 넘어서는 방대한 콘텐츠가 공급되면서, 수평적 다양성은 자연스럽게 확대되었다. 방송 시장 전체가 아닌, 플랫폼 단위로 살펴보면 각 플랫폼의 수직적 다양성도 확보되고 있는 것을 알 수 있다. 단일 OTT 플랫폼 내에서도 다양한 장르와 여러 제작 주체가 제작한 프로그램이 제공되고 있어, OTT 플랫폼이 수직적 다양성까지도 일정 부분 확보하고 있다. 결국, 편성 규제와 별개로 미디어 환경의 변화 자체가 콘텐츠 다양성 확대를 강력히 추동하고 있다.

따라서, 다양성 확보의 목표는 편성 규제와 미디어 환경 변화로 인해 상당 부분 달성되었다고 볼 수 있다. 그러나 다양성 확보가 어느 정도 이루어졌다고 해서 이를 중단해야 할 목표로 간주할 수는 없다. 다양성은 여전히 새로운 관점에서 논의될 필요가 있다.

---

59) 2023년 방송시장 경쟁상황 평가 p.128

현재의 수평적, 수직적 다양성은 주로 미디어 계위에서 바라본 공급의 다양성을 의미한다. 그러나 다양성은 공급의 문제를 넘어 소비의 차원에서도 논의될 수 있다(성욱제, 2022). 다양한 콘텐츠가 공급되는 것은 중요하지만, 콘텐츠를 소비하는 이용자들이 이러한 콘텐츠에 공정하고 균형 있게 접근할 수 있는지도 동일하게 중요하다. 즉, 다양한 콘텐츠가 의미 있는 확률로 이용자와 만날 수 있도록 보장하는 것이 필요하다.

이용자와 콘텐츠가 만날 수 있는 확률이 중요한 이유는, 현대 영상 콘텐츠 시청이 더 이상 시간 중심의 선형적 시청 방식이 아니기 때문이다. 비선형적 시청 환경에서는 이용자의 선택에 따라 콘텐츠 소비가 이루어지기 때문에, 콘텐츠의 배열과 노출 방식이 이용자 접근성에 결정적인 영향을 미친다. 따라서 콘텐츠 다양성 논의는 공급에서 소비로 확장되어야 하며, 다양한 콘텐츠가 실제로 이용자와 연결될 수 있는 방안을 모색해야 한다. 또 관점의 다양성, 시장에서 공급되지 않은 콘텐츠의 제공을 통한 다양성 확보 등을 새로운 목표로 삼을 수 있다.

나. 규제의 실효성 문제

다양성 추구 목적의 편성규제들이 실행되는 데 있어서도 몇 가지 실효성의 문제가 있다.

첫째, 오락 프로그램 편성 비율 제한에 대한 실효성 문제 제기이다. 먼저 장르 정의의 모호성과 콘텐츠 형식의 융합이 규제의 실효성을 떨어뜨리고 있다. 현재 보도, 교양, 오락으로 나뉜 장르의 정의는 지나치게 느슨하고 해석의 여지가 많고, 방송사들이 스스로 편의에 따라 분류를 결정하고 보고하고 있다. 장르 간 경계가 무너지는 제작 현실에서 보도, 교양, 오락으로 구분하기도 어렵다. 차별되는 장르가 존재하지 않은 상황에서 장르별 다양성을 판단하는 것은 의미가 없다. 또, 이 규제는 초점이 조화로운 편성보다는 오락 프로그램 제한에 치우쳐 있다는 점에서 다양성 추구와 직접적으로 이어지지는 않는다. 오락 프로그램의 편성 비율만 제한하고 있을 뿐, 보도와 교양 프로그램의 비율에는 직접적으로 관여하지 않는다. 이로 인해 특정 장르에 편중된 편성이 가능하며, 오히려 저품질의 교양 프로그램이 증가하는 부작용이 발생할 수 있다(황현정 외. 2023).

둘째, 수중계 제한 규제가 지역성을 살린 프로그램의 편성을 늘리는 것을 통한 다양한 확대라는 측면에서는 실효성이 떨어진다는 평가가 있다(황현정 외, 2023). 이 규제는 지역 방송국이 자체적으로 프로그램을 제작하도록 유도하기보다는 단순히 자체 편성을 요구하

는 데 초점을 맞추고 있다. 그러나 자체 편성 비율은 외주 제작이나 구매 프로그램으로도 충당할 수 있어, 실제 자체 제작을 장려하는 데는 한계가 있다. 2023년 지역 민방 9개 사업자의 평균 자체 편성 비율이 28.9%인 반면, 실제 자체 제작 비율은 15.8%에 불과했다(〈표 3-13〉 참고). 이는 지역 정체성을 강화하는 프로그램 제작을 통해 다양한 콘텐츠를 제공하려는 규제의 본래 취지와는 거리가 있는 결과를 보여준다.

〈표 3-13〉 2023년 지역민방 수중계 및 자체편성 현황

방송국	수중계	자체편성	자체제작	공동제작	순수외주	특수관계자 외주	구매
KNN	66.8%	33.2%	24.1%	9.0%	0.0%	0.1%	0.0%
TBC	68.7%	31.3%	19.3%	10.3%	1.0%	0.0%	0.7%
광주방송	70.6%	29.4%	16.0%	9.4%	2.4%	0.9%	0.7%
대전방송	70.4%	29.6%	14.4%	8.8%	1.7%	0.0%	4.7%
울산방송	72.7%	27.3%	15.6%	3.5%	6.0%	0.0%	2.3%
전주방송	71.3%	28.7%	16.3%	0.6%	9.3%	0.0%	2.5%
청주방송	70.5%	29.5%	12.4%	12.5%	0.0%	0.0%	4.6%
G1	74.4%	25.6%	14.3%	11.3%	0.0%	0.0%	0.0%
제주방송	74.5%	25.5%	9.4%	4.3%	3.2%	6.8%	1.9%
평균	71.1%	28.9%	15.8%	7.7%	2.6%	0.9%	1.9%

자료: 정보통신정책연구원(2024). 〈2024년 방송산업실태조사〉

지역성을 강화한 프로그램이 더 많이 공급되기 위해서는 수중계 비율의 감축보다는 자체 제작 비율을 증대시키는 것이 중요하며, 이를 위해 인프라 지원과 역량 강화 교육 등 실질적인 지원이 필요하다. 또한, 지역성을 살린 프로그램의 노출 기회를 확대하는 방안도 함께 고려해야 한다. 예를 들어, 지역 방송사 간 프로그램 교차 편성을 활성화하거나, 서울 본사에서도 지역 방송 프로그램을 편성하도록 유도하는 규제를 도입하는 방안을 검토할 수 있다. 이러한 접근은 지역성을 반영한 콘텐츠의 제작과 소비를 촉진하고, 미디어의 다양성을 증진하는 데 기여할 것이다.

셋째, 전문 편성 PP에게 부여되는 주된 방송분야 프로그램의 의무 편성 비율 규제에 대해서는 주된 분야의 구분이 모호하다는 점에서 실효성의 문제가 존재한다. 해당 편성 규

제는 전문 편성을 실시하는 방송사업자가 허가·승인 또는 등록된 주된 방송 분야가 반영된 프로그램을 일정량 이상 편성해야 한다고 규정하고 있으나, 주된 분야의 분류 기준이나 체계가 별도로 존재하지 않는다. 분류 체계가 부재한 상황에서 방송사들은 허가·승인 또는 등록 시 임의로 주된 분야를 제시하고, 매년 편성 실적 조사 시 편성된 프로그램의 분야도 임의로 결정해 제출하고 있다. 사업자에 따라 동일한 프로그램이 다른 분야가 되는 일도 왕왕 발생하며, 프로그램의 분야를 둘러싸고 사업자와 규제 당국 간 의견 차이가 발생하는 경우도 있다. 주된 방송 분야의 분류가 불명확하기 때문에 규제의 명확성이 부족하다는 지적이다(정영주·황현정, 2024).

마지막으로 1개국 수입 프로그램의 편성 제한 규제도 미디어 환경 변화 속에서 다양성 추구에 실질적으로 기여하지 못한다는 비판을 받고 있다. 시청자들은 이미 인터넷과 OTT를 통해 다양한 국가의 콘텐츠에 자유롭게 접근할 수 있는 상황에서, 방송사업자의 편성 자유를 제한하는 것이 타당하지 않다는 지적이 제기된다. 특히, 다국적 제작 콘텐츠의 증가로 제작 국가의 구분이 모호해지고, 이러한 규제가 문화적 다양성을 확보하는 데 실효성이 없다는 문제가 부각된다. 또한, 이 규제는 유사한 다른 규제들과 중첩되어 방송사업자들에게 불필요한 행정적 부담을 초래하며, 편성 계획과 시청자 수요에 부합하지 않는 제약을 가한다는 점에서 전반적인 재검토가 필요하다.

제 3 절 산업정책적 목적의 편성규제

1. 규제 현황

가. 순수 외주 제작 프로그램 의무 편성 비율 규제

순수 외주 제작 프로그램의 의무 편성 비율 규제는 공급의 다양성 확보와 함께 국내 영상 산업 내 외주 제작사를 보호하고 육성하고자 하는 목적도 함께 가지고 있다. 규제의 전반적인 설명은 앞 제2절에서 요약했고, 이 절에서는 순수 외주 제작 프로그램에 포함된 산업 진흥적인 요소를 별도로 언급하고자 한다.

순수 외주 제작 프로그램 의무 편성 비율 규제의 산업 진흥적 측면을 보여주는 요소 중 하나가 가중치 조항이다. 순수 외주 제작 프로그램의 의무 편성 비율을 산정할 때, 특정

조건에 따라 가중치를 부여하는 조항이 마련되어 있다. 이 가중치 조건은 외주 제작사의 권리를 보호하고, 중소 외주 제작사와의 협업을 장려하기 위한 목적을 가지고 있다.

첫째, 외주 제작사의 권익을 보호하기 위해 가중치가 적용되는 경우가 있다. 편성 고시 제11조 제5항에 따르면, 방송사가 외주 제작사와 프로그램 제작 시 촬영 원본을 공유하는 경우, 해당 프로그램의 방영 시간에 110%의 가중치가 부여된다. 또한, 편성 고시 제11조 제7항에서는 방송사와 외주 제작사가 체결한 계약서에 외주 제작사가 저작권을 전적으로 보유하도록 명시한 경우, 해당 프로그램의 방영 시간을 130%로 산정하도록 규정하고 있다.

둘째, 상대적으로 규모가 작은 외주 제작사들을 지원하기 위한 가중치 조항도 존재한다. 편성 고시 제11조 제6항은 주시청시간대에 교양 분야의 순수 외주 제작 프로그램을 편성할 경우, 해당 프로그램의 방영 시간을 110%로 계산하도록 명시하고 있다. 외주 제작사를 통한 제작이 가장 활발히 일어나는 분야는 드라마이고, 드라마의 외주 제작사는 대형 제작사로 성장한 데 비해, 교양 장르 분야의 외주 제작사는 비교적 규모가 작다. 이들을 더 육성하면서, 교양 프로그램의 제작 및 공급을 활성화하기 위해 가중치 부여 정책을 시행하고 있다.

이러한 가중치 규정은 방송사가 외주 제작사의 권리를 보장하고 공정한 거래를 수행하도록 유도하는 동시에, 교양 분야의 순수 외주 제작 프로그램 제작 및 구매를 활성화하려는 목적을 가지고 있다.

나. 국내 제작물 의무 편성 비율 규제

방송법은 한국문화의 정체성을 보호하고 방송 산업 및 관련 콘텐츠 산업의 성장을 촉진하기 위해 국내 제작 콘텐츠를 일정 비율 의무적으로 편성하도록 규정하고 있다. 방송법 제71조와 동법의 시행령 제57조에서 국내 제작 콘텐츠를 일정 비율 이상을 편성할 것을 규정하고 있으며, 구체적인 편성 비율은 방송 프로그램 등의 편성에 관한 고시 제3조(국내 제작 방송 프로그램의 편성비율)에서 적시한다. 이 규제는 국내 제작 콘텐츠를 국내 제작 방송 프로그램 의무 편성, 대중음악・영화・애니메이션 등 분야별 국내 제작물의 의무 편성, 그리고 국내 제작 애니메이션의 신규 편성규제로 나누어 각 방송사업자에게 의무 편성 비율을 부여하고 있다. 이 중 국내 제작 애니메이션 신규 편성규제는 다음 섹션에서 별도로 언급한다.

먼저 국내 제작 프로그램의 의무 편성 비율 규제는 지상파의 종합편성 방송사업자의 경우 전체 방송시간의 80% 이상을 국내에서 제작된 프로그램으로 편성해야 하고, 종합유선방송사업자와 위성방송 사업자의 경우 50%를, PP들의 경우 40%를 국내 제작 프로그램에 할애해야 한다. DMB 방송사업자는 60% 이상을 국내 제작 프로그램으로 편성해야 한다. 각 콘텐츠 영역별 의무 편성 비율은 방송사업자의 성격에 따라, 콘텐츠 영역에 따라 차이가 있다. 예를 들어, 지상파 방송사업자의 경우 연간 전체 대중음악 편성시간의 60% 이상에 대해 국내 제작 대중음악으로, 연간 전체 영화 편성시간의 25% 이상을 국내 제작 영화로, 연간 전체 애니메이션 편성 시간의 45% 이상을 국내 제작 애니메이션으로 편성해야 한다. 각 방송사업자군별 국내 제작 대중음악, 영화, 애니메이션의 편성 비율은 아래 〈표 3-14〉의 편성고시에서 확인할 수 있다.

〈표 3-14〉 국내 제작물 의무 편성 비율 규제 법령

방송법 제71조 (국내 방송 프로그램의 편성)	①방송사업자는 해당 채널의 전체 프로그램중 국내에서 제작된 방송프로그램을 대통령령으로 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다. ②방송사업자는 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 대통령령으로 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 편성하여야 한다.
방송법 시행령 제57조(국내 제작 방송 프로그램의 편성)	①방송사업자는 법 제71조 제1항에 따라 국내에서 제작된 방송프로그램을 다음 각 호의 구분에 따른 범위에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상으로 편성해야 한다. 1. 지상파방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자: 해당 채널의 연간 전체 방송시간의 100분의 60 이상 100분의 80 이하 2. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 방송시간의 100분의 40 이상 100분의 70 이하 3. 지상파방송채널사용사업자를 제외한 방송채널사용사업자: 해당 채널의 연간 전체 방송시간의 100분의 20 이상 100분의 50 이하 ②방송사업자는 법 제71조 제2항에 따라 연간 방송되는 영화·애니메이션 및 대중음악중 국내에서 제작된 영화·애니메이션 및 대중음악을 다음 각호의 범위에서 방송통신위원회가 고시하는 비율 이상 편성하여야 한다. 다만, 종교 또는 교육에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자의 경우에는 국내에서 제작된 영화·애니메이션을 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간 또는 애니메이션방송시간의 100분의 40 이하의 범위에서 방송통신위원

	회가 고시하는 비율 이상을 편성하여야 한다. 1. 영화 : 당해 채널의 전체 영화방송시간의 100분의 20 이상 100분의 40 이하 2. 애니메이션 : 당해 채널의 전체 애니메이션방송시간의 100분의 30 이상 100분의 50 이하 3. 대중음악 : 당해 채널의 전체 대중음악방송시간의 100분의 50 이상 100분의 80 이하
방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제3조(국내제작 방송프로그램의 편성비율)	① 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내제작 방송프로그램을 편성하여야 한다. 1. 지상파방송사업자 가. 전문편성방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 60 이상. 나. 종합편성방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 텔레비전방송 프로그램 또는 라디오 방송 프로그램 방송 시간의 100분의 80 이상. 2. 종합유선방송사업자 및 위성방송사업자: 해당 채널의 연간 전체 텔레비전 방송 프로그램 또는 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 50 이상. 3. 방송채널사용사업자 : 해당 채널의 연간 전체 텔레비전방송 프로그램이나 라디오방송 프로그램 방송 시간의 100분의 40 이상. 4. 지상파이동멀티미디어방송사업자 및 지상파방송채널사용사업자: 해당 채널의 연간 전체 방송시간의 100분의 60 이상. ② 방송사업자는 다음 각 호에서 정한 비율 이상 국내제작 영화를 편성하여야 한다. 다만, 종교를 전문으로 편성하는 방송사업자의 경우에는 해당 채널별로 연간 전체 영화방송시간의 100분의 4 이상 국내제작 영화를 편성하여야 한다. 1. 지상파방송사업자 : 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간의 100분의 25 이상. 2. 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자 : 해당 채널의 연간 전체 영화방송시간의 100분의 20 이상. ③ 방송사업자는 별표2를 충족하는 국내제작 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율이상 편성하여야 한다.(이 고시에서 “애니메이션”이란 스스로 움직이는 피사체를 연속 촬영하여 제작하는 실사 영상과 달리 스스로 움직이지 않는 피사체를 2D, 3D, CG, 스톱모션 등 다양한 기법과 매체를 이용하여 인위적으로 조작하여 움직이는 영상이미지를 창출하는 작업물을 말한다.) 1. 지상파방송사업자(지상파이동멀티미디어방송사업자를 제외한다) : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 45 이상. 2. 지상파이동멀티미디어방송사업자 : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 35 이상. 3. 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자 : 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 30 이상. 4. 교육 또는 종교를 전문으로 편성하는 방송 사업자는 제1호와 제2호의 규정과 관계없이 다음의 규정에 따른다.

	가. 교육을 전문으로 편성하는 방송 사업자: 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 8 이상. 나. 종교를 전문으로 편성하는 방송 사업자: 해당 채널의 연간 전체 애니메이션 방송 시간의 100분의 4 이상. ④ 방송사업자는 당해 채널별로 연간 전체 대중음악 방송시간의 100분의 60 이상 국내제작 대중음악을 편성하여야 한다. 다만, 편성비율을 산정할 때 둘 이상의 음악전문 채널을 운영하는 오디오 부문 방송채널사용사업자는 사업자별로 적용한다. ⑤ 제1항에도 불구하고, 영화를 전문으로 편성하는 방송사업자는 제2항을, 애니메이션을 전문으로 편성하는 방송사업자는 제3항을, 대중음악을 전문으로 편성하는 방송사업자는 제4항을 각각 적용한다.

2000년 통합방송법의 제정 당시 국내제작 프로그램 의무 편성 비율은 지상파 방송에 대해서는 전체 방송시간의 80%, 이 외 방송사업자에 대해서는 50% 이상으로 규정되어 있었다. 이 규제는 케이블방송, 위성방송 등 유료 방송이 등장한 이후 2005년 편성고시 개정을 통해 사업자군별로 구체화 되었고, 2012년에는 산정 기준이 분기에서 반기로 늘어나는 완화 과정을 거쳤다. 국내 제작 프로그램의 의무 편성규제는 지속적으로 완화되어 왔다. 2014년 편성고시 개정에 따라 종합편성을 하는 지상파 방송사업자는 80%, 전문편성 지상파 방송사업자는 60%, 케이블 SO와 위성방송은 50% 이상, 이 외의 PP는 40% 이상으로 편성 비율이 완화됐다. 국내 제작 프로그램의 품질 향상과 대중적 인기의 증가로 인해, 방송사업자들은 자연스럽게 국내 제작 프로그램을 중심으로 편성 전략을 수립하고 있으며, 이에 따라 규제를 위반할 동기가 거의 없기 때문에 규제 완화가 이루어졌다. 이후, 2021년 방송법 시행령과 편성고시를 개정해 편성 비율의 산정 기준 기간이 '매반기'에서 '연간'으로 완화됐다.

국내 영화의 경우, 2000년 편성고시에서는 지상파 방송사업자가 전체 영화의 방송 시간의 25%, 기타 방송사업자는 30%를 국내 제작 영화로 편성하도록 규정했다. 그러나 2001년에는 종교 전문 편성 채널에 대해서만 경영 여건과 국내 제작 프로그램 부족 문제를 고려하여 의무 편성 비율을 4%로 완화했다. 이후 2011년 개정된 편성고시에서는 지상파 방송사가 연간 영화 방송 시간의 25% 이상, 케이블 SO, 위성방송, PP는 20% 이상을 국내 제작 영화로 편성해야 한다는 규정이 도입되었으며, 이 비율은 현재까지 변동 없이 유지되고 있다.

애니메이션 분야에서는 2001년 지상파 방송사업자(지상파 DMB 제외)에 대해 연간 애니메이션 방송 시간의 최소 45%를 국내 제작 애니메이션으로 편성하도록 규정했으며, 이후로도 해당 비율은 유지되고 있다. 교육 전문 채널인 EBS의 경우, 2002년부터 연간 애니메이션 방송 시간의 8% 이상을 국내 제작물로 편성해야 한다는 규정이 적용되고 있다. 케이블 SO, 위성방송, PP는 초기 40%였던 의무 편성 비율이 2011년 30%로 완화되었으며, 현재까지 이 기준이 적용되고 있다.

대중음악의 의무 편성 비율은 2000년 편성고시에서 지상파 방송사업자는 전체 대중음악 방송 시간의 55%, 기타 방송사업자는 60%로 규정되었으나, 2001년 개정 이후 모든 방송사업자에 대해 동일하게 60%를 적용하도록 조정되었고, 이후 이 비율은 변경되지 않았다.

〈표 3-15〉 국내 제작물 의무 편성 비율 규제 경과

<table>
<tr><th>구분</th><th>대상</th><th>2000년</th><th>2001년</th><th>2002년</th><th>2005년</th><th>2011년</th><th>2014년</th><th>2021년 ~</th></tr>
<tr><td rowspan="2">국내 제작 프로그램</td><td>지상파</td><td>80% 이상</td><td>80% 이상</td><td colspan="3">EBS : 70% 이상
그 외: 80% 이상</td><td>전문편성: 60% 이상
종합편성: 80% 이상</td></tr>
<tr><td>지상파 외</td><td colspan="3">50% 이상</td><td colspan="4">SO/위성 : 50% 이상 / PP : 40% 이상</td></tr>
<tr><td colspan="2">산정기간</td><td colspan="6">매반기</td><td>연간</td></tr>
<tr><td rowspan="3">국내 영화</td><td>지상파</td><td colspan="7">25% 이상</td></tr>
<tr><td>지상파 외</td><td>30% 이상</td><td>30% 이상</td><td>30% 이상</td><td>25% 이상</td><td colspan="3">20% 이상</td></tr>
<tr><td>종교채널</td><td></td><td colspan="6">4% 이상</td></tr>
<tr><td rowspan="5">국내 제작 애니메이션</td><td>KBS · MBC</td><td>40% 이상</td><td colspan="6">45% 이상</td></tr>
<tr><td>EBS</td><td>-</td><td>4% 이상</td><td colspan="5">8% 이상</td></tr>
<tr><td>EBS 외 기타 지상파</td><td>35% 이상</td><td>42% 이상</td><td colspan="5">45% 이상</td></tr>
<tr><td>지상파 외</td><td>40% 이상</td><td>40% 이상</td><td>40% 이상</td><td>35% 이상</td><td colspan="3">30% 이상</td></tr>
<tr><td>종교채널</td><td>-</td><td colspan="6">4% 이상</td></tr>
</table>

구분	대상	2000년	2001년	2002년	2005년	2011년	2014년	2021년 ~
국내 대중음악	지상파	55% 이상	60% 이상					
	지상파 외	60% 이상						
산정 기간		연간						

국내 제작물 의무 편성 비율 규제와 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율 규제에서 핵심은 무엇을 국내 제작물로 간주할 것인지에 대한 기준이다. 편성고시에서는 국내 제작 프로그램 및 영화, 애니메이션을 구분하는 구체적인 기준을 명시하고 있으며, 이를 바탕으로 각 방송사업자는 자사가 편성한 프로그램과 콘텐츠의 제작 국가를 판별하고 있다.

먼저 국내제작 방송 프로그램의 경우 편성고시 제5조에서 1) 방송프로그램 제작에 소요된 재원의 100분의 30 이상을 내국인(국내법에 따라 설립된 법인으로 주식 또는 지분 총수의 100분의 50 이상을 내국인이 소유한 법인을 포함한다)이 출자한 방송프로그램으로 〈별표1〉에서 정한 기준에 해당하는 방송 프로그램이거나, 2) 외국과 공동으로 기획・제작한 방송프로그램 중 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 따라 국내제작으로 승인받은 방송 프로그램에 해당해야 한다. 편성고시의 〈별표1〉에서는 프로그램 제작의 여러 부문을 한국인이 담당할 경우 부문별로 배당된 점수를 부여하고, 이중 14점 이상이고, 재정적 기준이 부합한다면 국내 제작 프로그램으로 인정하고 있다. 〈별표1〉의 기준은 다음 표에 제시한다.

〈표 3－16〉 국내 제작 프로그램 인정기준 중 〈별표1〉 기준

분야별 점수	①기획・제작: 3점, ②원작・대본: 3점, ③연출: 3점, ④주연(제1성우 또는 나레이터): 3점, ⑤조연(제2성우 또는 나레이터): 2점, ⑥영상: 2점, ⑦음악・음향: 2점, ⑧미술・CG: 2점, ⑨편집: 2점 ※ 스포츠중계 프로그램의 경우, '④주연(제1성우 또는 나레이터)' 항목을 '출전 선수'로, '⑤조연(제2성우 또는 나레이터)' 항목을 '해설・중계'로 대체 적용
추가점수	한국어를 사용하거나, 촬영 및 편집 장소가 한국에 위치하는 방송프로그램의 경우 각각 1점의 추가 점수 부여

편성고시 제6조에서는 국내 제작 영화 인정 기준을 명시하고 있다. 국내 제작 영화는 1) 〈영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률〉 제2조 제3호에 따라 한국영화로 인정한 영화이거나, 2) 〈영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률〉 제27조 제2항에 따라 영화진흥위원회가 공동제작 영화 및 예술 영화의 인정 등에 관한 규정에 따라 한국 영화로 인정한 공동제작 영화일 경우 국내 제작 영화로 인정한다. 이때 〈영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률〉 제2조 제3호에서는 한국영화를 국내에 주된 사업소를 둔 자가 제작한 영화와 제27조에 따라 한국영화로 인정받은 영화라고 정의하고 있고, 제27조 제2항에서는 공동제작영화의 제작에 참여하는 인적·물적 요소의 투입 정도에 따라 한국 영화를 정의하고 있다. 이들 법에 명시된 기준에 따라 '한국 영화'로 정의될 경우, 편성규제에서는 국내 제작 영화로 인정한다.

국내제작 애니메이션의 경우 편성고시 제7조에서 규정하고 있다. 국내 제작 프로그램과 마찬가지로 두 가지 조건을 제시하고 이 중 하나에 해당하면 국내 제작 애니메이션으로 인정한다. 두 가지 조건은 1) 애니메이션 제작에 소요된 재원의 100분의 30 이상을 내국인이 출자한 애니메이션으로 〈별표2〉에서 정한 기준에 해당하는 애니메이션이거나, 2) 외국과 공동으로 기획·제작한 애니메이션 중 대한민국 정부와 외국 정부 간 공동제작협정에 따라 국내 제작으로 승인받은 애니메이션이다. 〈별표2〉에 제시된 판단 기준은 국내 제작 프로그램과 비슷하게 애니메이션 각 제작 부문을 한국인이 담당하는지 여부에 따라 배점을 부여하고, 각 항목의 점수를 더한 값이다. 점수의 합계가 16점 이상이고 애니메이션 제작 재원의 30% 이상이 내국인 출자 자금일 때, 국내 제작 애니메이션으로 인정받을 수 있다.

〈표 3-17〉 국내 제작 애니메이션 인정기준 중 〈별표2〉 기준

공통기준	내국인이 저작권 및 수익분배권을 보유하고 각 분야별로 항목별 점수의합계가 16점(가산점 포함) 이상인 제작물 ■ 전체 영상의 100분의 70이상 신규로 창작된 제작물 ■ 제작과정에서 내국인이 개발한 고유한 소프트웨어 프로그램을 사용한 것이 인정되는 경우 각 항목별 점수와는 별도로 2점의 범위 안에서 가산점을 부과할 수 있다.
이차원(2D) 애니메이션	①프로듀서: 3점, ②총감독 3점, ③시나리오 2점, ④모델(캐릭터디자인) 2점, ⑤배경디자인 2점, ⑥스토리보드 2점, ⑦애니메이션연출 2점, ⑧배경제작(컬러) 2점, ⑨레이아웃 2점, ⑩원화제작 2점, ⑪동화제작 2점, ⑫컬러링(페인팅) 1점, ⑬촬영 1점, ⑭영상편집 1점, ⑮주제가 작사, 작곡 1점, ⑯성우녹음 1점, ⑰음향효과, 믹싱 1점
삼차원(3D) 애니메이션	①프로듀서 3점, ②총감독 3점, ③시나리오 2점, ④모델(캐릭터디자인) 2점, ⑤배경 디자인 2점, ⑥스토리 보드 2점, ⑦애니메이션연출 2점, ⑧모델링, 맵핑 2점 ⑨ 리깅 1점, ⑩레이아웃(셋팅) 1점, ⑪애니메이션 2점, ⑫비주얼이펙트/합성 2점, ⑬라이팅 2점, ⑭영상편집 1점, ⑮주제가 작사, 작곡 1점, ⑯성우녹음 1점, ⑰음향효과, 믹싱 1점
스톱모션 애니메이션	①프로듀서 3점, ②총감독 3점, ③시나리오 2점, ④모델(캐릭터디자인) 2점, ⑤배경 디자인 2점, ⑥스토리 보드 2점, ⑦애니메이션연출 2점, ⑧캐릭터 제작 2점, ⑨세트제작 2점, ⑩미술감독 1점, ⑪애니메이션, 촬영 2점, ⑫3D CG/FX 2점, ⑬합성 1점, ⑭영상편집 1점, ⑮주제가 작사, 작곡 1점, ⑯성우녹음 1점, ⑰음향효과, 믹싱 1점

국내 제작 대중음악에 대한 기준은 편성고시에서 별도로 제시하고 있지 않다.

다. 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율 규제

방송법은 국내 제작 콘텐츠 중 애니메이션에 대해 별도의 추가 규제를 시행하고 있다. 국내 애니메이션 산업 활성화를 위해, 방송법 제71조 제3항은 지상파 방송사, 종합편성채널, 일부 애니메이션 전문 PP를 대상으로 매년 국내 제작 애니메이션의 신규 편성을 의무화하고 있다. 이 규제는 지상파 방송사와 종합편성 PP, 그리고 애니메이션 전문PP의 전체 방송 시간 중 일정 비율 이상을 국내 제작 애니메이션 신규 편성에 할애하도록 명시하고 있다. 다른 국내 제작물 편성 비율 규제가 영화, 애니메이션, 대중음악 등 해당 영역의 방송시간을 기준으로 편성량 비율을 산정하는 데 비해, 이 규제는 전체 방송 시간을 기준으로 하기 때문에 '국내 제작 애니메이션 신규 편성 총량제'라고 불리기도 한다.

구체적인 의무 편성 비율은 방송법 시행령 제57조와 편성 고시 제4조에서 규정하고 있

다. 2024년 현재 기준 지상파 3사는 연간 전체 방송 시간의 1% 이상을, EBS는 0.3% 이상을, 지상파 DMB 사업자는 0.1% 이상의 시간에 대해 국내 제작 애니메이션 신규 편성에 배정해야 한다. 지역 지상파 방송사는 현재 규제 적용 대상에서 제외되어 있다. 지상파 DMB 사업자의 경우, 시행령 단에서는 국내 제작 애니메이션 의무 편성규제를 부여하고 있으나 2008년 편성 고시 부칙에서 2009년까지 유예한 후 현재까지 재개되지 않아 실질적으로 규제 대상이 아니다.

2012년 방송법 및 관련 규정의 개정을 통해 국내 제작 애니메이션 신규 편성 총량제는 종합편성 PP와 애니메이션 전문 PP로 적용 대상이 확대되었다. 지상파 방송은 방송사에 따라 일괄적인 편성 비율이 정해져 있었다면, 종합편성 PP는 전년도 방송 사업 매출액에 따라 의무 편성 비율이 달라진다. 전년도 매출액이 500억 원 미만이면 0.3% 이상, 500억 원 이상 600억 원 미만이면 0.5% 이상, 600억 원 이상 700억 원 미만이면 0.7% 이상, 700억 원 이상이면 1% 이상을 신규 국내 제작 애니메이션에 편성해야 한다. 2023년 기준, 종합편성 PP 4사는 모두 1% 이상의 의무 편성 비율을 적용받고 있다.

애니메이션 전문 PP의 경우, 전년도 매출액이 50억 원 이상이면 국내 제작 애니메이션 신규 편성 총량제를 따라야 하며, 전년도 매출액 규모에 따라 0.3%에서 최대 1%까지 의무 편성 비율이 적용된다. 2023년 기준 애니메이션 신규 편성 총량제에 적용을 받는 애니메이션 전문 PP는 투니버스, 애니맥스, JEI 재능TV, 애니원, 카툰네트워크, 대교 어린이TV 등이다.

〈표 3-18〉 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율 규제 법령

방송법 제72조 (국내 방송프로그램의 편성)	... ③ 지상파방송사업자·종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 및 연간 전체 방송시간 중 대통령령으로 정하는 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자는 해당 채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 시청률, 매출액 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 일정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 다만, 대통령령으로 정하는 지역을 방송구역으로 하는 지상파방송사업자는 제외한다. ... ⑥ 제1항부터 제4항까지의 규정에 따른 국내에서 제작된 방송프로그램 등의 구별기준은 대통령령으로 정하고, 편성비율은 방송매체와 방송분야별 특성 등을 고려하여 차등을 둘 수 있다.

방송법 시행령 제57조 (국내 방송프로그램의 편성)	... ③ 법 제71조제3항 본문에서 “대통령령으로 정하는 비율”이란 100분의 50을 말한다. ④ 지상파방송사업자(법 제71조제3항 단서에 따라 「지역방송발전지원 특별법」 제2조제1항제2호의 지역방송사업자는 제외한다. 이하 이 항에서 같다), 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 및 연간 전체 방송시간 중 제3항에 따른 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자는 법 제71조제3항 본문에 따라 해당 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 해당 채널의 전체 방송시간의 1000분의 15 이하에서 방송통신위원회가 정하여 고시하는 비율 이상 신규로 편성해야 한다. 다만, 다음 각 호에 해당하는 지상파방송사업자는 지상파텔레비전방송사업으로 허가받은 해당 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램 중 국내에서 제작된 애니메이션을 해당 채널의 전체 방송시간의 100분의 1 이상 신규로 편성해야 한다. 1. 공사 2. 「방송문화진흥회법」에 의한 방송문화진흥회가 최다출자자인 지상파방송사업자 3. 직전 3개 사업연도의 평균 매출액이 3천억 원 이상인 지상파방송사업자
방송프로그램 등의 편성에 관한 고시 제4조 (신규로 편성되는 국내 제작 애니메이션의 편성비율)	① 방송사업자가 다음 각호의 분류에 따른 방송사업자군 내에서 국내제작 애니메이션을 최초로 편성하는 경우 이를 신규편성으로 인정한다. 1. 지상파방송사업자(지역방송발전지원특별법 제2조제1항 2호의 지역방송사업자는 제외한다.) 2. 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자 3. 연간 전체 방송시간 중 100분의 50이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자 ② 한국교육방송공사는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상 국내 제작 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다. ③ 지상파이동멀티미디어방송사업자는 당해 채널별로 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 1 이상 국내에서 제작된 애니메이션을 신규로 편성하여야 한다. ④ 종합편성을 행하는 방송채널사용사업자는 해당 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 1. 방송사업매출액 500억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상 2. 방송사업매출액 500억원 이상 600억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 5 이상 3. 방송사업매출액 600억원 이상 700억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 7 이상

	4. 방송사업매출액 700억원 이상 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 10 이상 ⑤「방송법 시행령」제57조제3항에 따른 비율 이상 애니메이션을 편성하는 방송채널사용사업자로서 방송사업매출액이 50억원 이상인 사업자는 당해 텔레비전방송채널에서 연간 방송되는 전체 프로그램중 국내에서 제작된 애니메이션을 다음 각 호에서 정한 비율 이상 신규로 편성하여야 한다. 1. 방송사업매출액 50억원 이상 100억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 3 이상 2. 방송사업매출액 100억원 이상 150억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 6 이상 3. 방송사업매출액 150억원 이상 200억원 미만 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 8 이상 4. 방송사업매출액 200억원 이상 방송사업자: 연간 전체 텔레비전 방송시간의 1000분의 10 이상 ⑥ 제4항 및 제5항 각호의 방송사업매출액은「방송법」제98조의2제2항에 따른 방송사업자 재산상황 공표의 전전년도 방송사업매출액을 기준으로 한다. 부칙 〈제2008-135호, 2008. 12. 31.〉 제1조(시행일) ③ 제4조(신규로 편성되는 국내제작 애니메이션의 편성비율)는 에스비에스(SBS)를 제외한 지역 민영 지상파방송사업자와 지상파이동멀티미디어방송을 행하는 지상파방송사업자에게 2009년까지 시행을 유예하되, 시행 시기는 따로 결정한다.

〈표 3-19〉 국내 제작 애니메이션 신규 편성 비율 기준

지상파		종편PP	애니전문PP	지상파 DMB
KBS, MBC, SBS	1% 이상	500억원 미만: 0.3% 600억원 미만: 0.5% 700억원 미만: 0.7% 700억원 이상: 1%	50-100억원 미만: 0.3% 150억원 미만: 0.6% 200억원 미만: 0.8% 200억원 이상: 1%	0.1% 이상 (시행 유예)
EBS	0.3% 이상			

국내 제작 애니메이션 신규 편성규제는 2005년 도입 이후 특별한 변화 없이 유지되고 있다. 규제 완화를 둘러싸고 종합편성을 하는 방송사업자들과 애니메이션 제작사 및 산업에서의 갈등이 존재하고 있으나, 다른 규제들과 달리 규제의 완화보다는 적용 대상의 확대 쪽으로 변화해 오고 있다. 규제에 대한 주요 변화로는 어린이 주시청시간대 편성에 적용되는 가중치 조항이 있다. 2010년에 편성 비율 규제와는 별도로 어린이 주시청시간대에 대한 가중치 조항이 추가됐다. 가중치 조항에 따라, 어린이 주시청시간대에 국내 제작 신규 애니메이션을 편성하면 해당 편성 시간이 150%로 인정된다. 어느 방송사가 만약 어린이 주시청시간대에 국내 제작 애니메이션을 신규로 30분 편성했다면, 그 시간이 45분으로 계산되는 것이다. 가중치가 적용되는 어린이 주시청시간대는 평일에는 오전 7시부터 9시, 오후 5시부터 8시까지이며, 주말과 공휴일에는 오전 7시 30분부터 11시, 오후 2시부터 8시까지로 설정되어 있다.

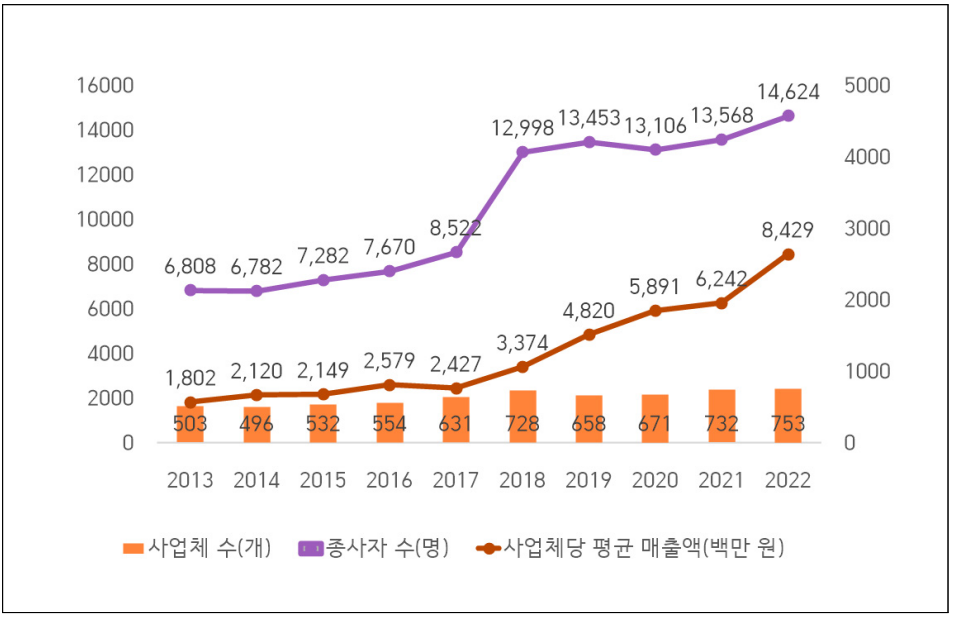
2. 규제 목적 합목적성 및 실효성 평가

가. 산업진흥적 목표의 달성 평가

산업적 목적을 명확히 지닌 규제들이 실제로 산업적 성과로 이어지지 않을 경우, 방송사업자들의 동의를 얻기 어렵고, 이로 인해 방송사업자들의 자율성을 침해하는 규제로 간주될 가능성이 있다(홍원식, 2020). 따라서 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제가 외주제작 프로그램을 충분히 성장시켰는지, 국내 제작물의 편성 비율 규제가 국내 영상산업의 경쟁력을 확보하는 데 기여하고 있는지, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제가 애니메이션 산업을 육성하고 있는지 평가해 보아야 한다.

먼저 순수 외주제작 프로그램 편성 비율 규제가 외주제작 시장에 미친 영향력을 살펴보았다. 지난 10년간 방송영상독립제작사 산업은 사업체 수, 매출액, 종사자 수가 꾸준히 증가하며 눈에 띄는 성장을 이뤘다. 〈2023 방송영상산업 백서〉에 따르면, 사업체당 평균 매출액과 종사자 1인당 평균 매출액 또한 지속적으로 증가하여 산업 전반의 성장세를 뒷받침하고 있다. 이는 방송영상독립제작사 산업이 방송사와 외주제작사 간 협력을 통해 콘텐츠 생산의 중심으로 자리 잡았음을 보여준다.

〔그림 3-1〕 방송영상독립제작사 산업 규모 추이



자료: 한국콘텐츠진흥원 (2023). 〈2023 방송영상산업 백서〉

하지만 이러한 성장은 산업 전체의 균형적인 발전으로 이어지지는 못하고 있다. 사업체 규모별 매출 추이를 보면, 대형 제작사와 영세 제작사 간의 격차가 점차 심화되고 있는 것으로 확인된다. 2022년 매출액 800억원 이상의 대형 업체 10개가 매출이 방송영상 산업 매출의 48.9%를 차지하고 있는데 반해, 30억원 이하의 업체는 사업체수는 500개가 넘지만, 매출액은 전체 매출의 5% 수준에 머무르고 있다. 대형 외주제작사로의 쏠림 현상이 두드러지며, 영세 제작사들은 상대적으로 시장에서 점유율을 잃고 있는 상황이다(〈표 3-20〉, 〔그림 3-2〕 참고).

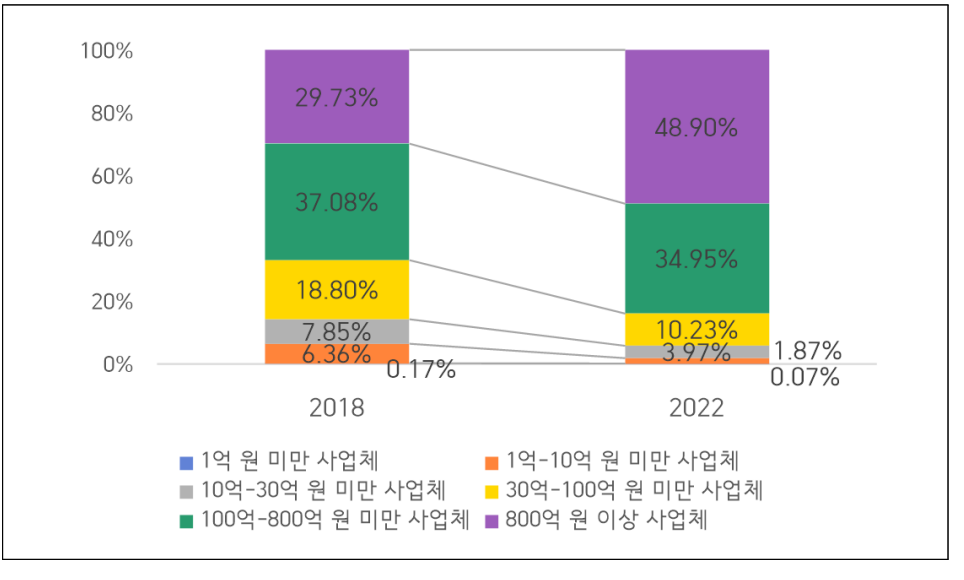
〈표 3-20〉 방송영상독립제작사 사업체 규모별 사업체 수와 매출액

(단위: 백만 원, 개)

		2018	2019	2020	2021	2022
1억 원 미만 사업체	총매출액	4,212	2,804	3,674	4,454	4,616
	사업체수	96	73	98	115	105
1억-10억 원 미만 사업체	총매출액	156,352	126,746	121,116	130,514	118,789
	사업체수	376	300	304	305	295
10억-30억 원 미만 사업체	총매출액	192,987	264,074	192,613	233,176	252,195
	사업체수	109	155	119	134	147
30억-100억 원 미만 사업체	총매출액	461,967	387,837	4,423,434	568,476	649,339
	사업체수	98	73	85	105	112
100억-800억 원 미만 사업체	총매출액	911,077	1,043,872	1,634,936	1,946,914	2,218,386
	사업체수	47	54	62	69	84
800억 원 이상 사업체	총매출액	30,332	1,345,983	1,577,187	1,685,572	3,103,475
	사업체수	2	3	3	4	10

자료: 한국콘텐츠진흥원 (2023). 〈2023 방송영상산업 백서〉

〔그림 3-2〕 2018-2021년 방송영상독립제작사 사업체 규모별 매출액 비중 비교



자료: 한국콘텐츠진흥원 (2023). 〈2023 방송영상산업 백서〉

한편, 주요 지상파 방송사의 순수 외주제작비는 2010년대 중반까지 증가세를 보이다가 이후 둔화되었으며, 특히 2020년 이후 급격히 감소한 후, 2010년대 초반 수준으로 회복하고 있지 못하다(〈표 3-21〉). 순수 외주제작 프로그램에 대한 편성 규제는 편성량을 기준으로 하기 때문에 이것이 순수 외주제작비의 투자로 직접적으로 이어지지는 않는다. 드라마 제작비 상승으로 인해 지상파 방송사들이 교양 및 다큐 등 분야에서 외주제작 비용을 줄이고자 하는 경향이 있으며, 외주 제작사들의 비용 절감 경쟁들이 더해지며, 외주제작 환경은 열악해 지고 있다는 관찰도 있다(오형일 외, 2019, 이홍우・장하용, 2020). 편성 시간 중심의 순수 외주제작 의무 비율 규제는 오히려 외주제작사 간 양극화를 심화시키는 원인으로 작용하고 있으며, 영세 제작사들이 안정적으로 성장할 수 있는 기반을 닦는 데는 한계가 있다는 해석이다(오형일 외, 2019, 이홍우・장하용, 2020, 황현정 외, 2023).

〈표 3-21〉 주요 지상파 방송사 순수 외주제작비 현황

(단위: 천원)

	2014	2015	2016	2017	2018
지상파 총계	465,492,407	485,706,454	504,954,250	437,729,708	385,799,676
KBS	149,231,706	132,451,359	121,800,700	103,939,514	109,742,757
EBS	15,782,913	15,335,190	17,522,225	13,108,804	13,391,949
MBC	139,541,191	162,660,980	172,232,000	173,677,541	140,186,114
SBS	155,950,639	170,750,236	188,999,438	143,468,065	118,528,679
	2019	2020	2021	2022	2023
지상파 총계	471,844,306	389,282,642	344,871,419	377,189,818	393,187,043
KBS	129,350,865	128,001,326	137,017,345	145,002,016	136,380,632
EBS	14,069,450	10,841,603	9,034,966	12,101,555	13,793,470
MBC	167,526,497	105,871,702	68,868,416	113,022,509	137,965,123
SBS	156,505,648	139,192,117	116,690,173	95,920,594	92,397,617

자료: 2020-2024 〈방송산업실태조사〉 재구성

결과적으로, 외주제작 프로그램에 대한 편성 규제가 도입된 이후 외주제작 산업은 크게 성장했으나, 구조적으로 대형 제작사 중심의 편중 현상이 심화되고 있으며, 산업 성장은 양극화된 형태로 이루어지고 있다. 최근에는 방송사업자의 외주제작에 대한 투자 감소도 관찰되고 있어, 이러한 상황이 지속될 경우 영세 제작사의 생존과 산업 전반의 균형적인 발전에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 크다.

따라서, 외주제작 산업의 지속 가능한 발전을 위해 균형적인 지원과 정책적 조치가 요구되는 시점이다. 다만, 이러한 문제를 편성 규제를 통해 해결할 수 있을지, 아니면 별도의 정책적 접근이 필요한지에 대한 논의는 별도로 이루어져야 한다. 이를 위해 객관적인 데이터를 바탕으로 이해관계자 간의 적극적인 논의와 협력이 필수적이다.

국내 제작 애니메이션의 신규 편성을 의무화하는 규제는 국내 제작 애니메이션의 유통을 보장하고, 애니메이션 산업의 성장을 도모하기 위해 도입되었다. 이는 TV용 애니메이션을 중심으로 성장해 온 국내 애니메이션 산업을 지원하고, 제작사들에게 안정적인 제작 동력을 제공하기 위한 산업적 목적을 가진 규제로 이해된다. 그러나 이러한 규제가 실제로 애니메이션 산업의 성장에 실질적인 기여를 하고 있는지에 대해서는 의문이 제기된다. 방송사업자의 자율성을 제한하는 규제가 산업적 이익을 충분히 창출하지 못할 경우, 규제의 실효성이 약화될 수 있기 때문이다.

또한, 애니메이션 산업의 성과를 평가하는 데 필요한 데이터의 부재는 규제의 효과를 검증하기 어렵게 만들고 있다. 사업체 수, 종사자 수, 매출액 등 산업 관련 지표는 매년 증가하고 있지만, 이들 지표만으로 산업의 성숙도나 규제의 성과를 충분히 평가할 수는 없다. 더 나아가, 애니메이션 산업 성장의 구체적인 목표가 부재한 상황에서, 규제가 단순히 제작사의 단기적 생존을 지원하는 데 그칠 가능성이 있다. 결과적으로, 규제의 실효성을 확보하려면 산업 성장에 대한 명확한 목표 설정과, 이를 검증할 수 있는 구체적이고 체계적인 데이터 구축이 선행되어야 할 것이다.

이는 다른 국내 제작 콘텐츠 편성 규제의 성과 평가에도 적용될 수 있는 지점이다. 현재 방송사업자들은 수입물보다 국내 제작물을 중심으로 편성하고 있다. 제2장의 편성 현황 중 제5절 국내 제작 프로그램 편성 현황을 살펴보면, 지상파 방송사업자 및 종합편성 PP들은 100%에 육박하는 수준으로 국내 프로그램을 편성하고 있다. 국내 이는 한국 콘텐츠의 품질이 향상되고 경쟁력을 확보하면서, 수입물에 대한 수요가 자연스럽게 감소했기 때

문이다. 국내 영상 콘텐츠의 제작과 유통 산업이 현재의 수준까지 성장하는 데에는 국내 제작물 편성을 보장하는 편성 규제를 포함한 여러 정책적 조치들이 중요한 역할을 했을 것이다.

그러나 현재 국내 영상물이 경쟁력을 갖춘 상황에서, 규제의 목표가 달성되었다고 볼 수 있다면, 이제는 해당 규제를 유지할 필요성을 논의해야 한다. 산업의 성숙도가 충분히 이루어졌다면 규제를 완화하거나 중단할 수 있을 것이며, 반대로 여전히 성장이 필요하다면 규제를 유지하거나 새로운 조치를 도입해야 한다. 하지만 이러한 결정을 내리기 위해 필요한 산업 성숙도 평가 및 성장 추이 예측과 같은 과정에 활용할 데이터가 부족하다는 문제가 있다. 따라서, 규제의 지속 여부를 평가하기 위해서는 국내 영상 콘텐츠 산업의 현황과 성숙도를 검증할 수 있는 구체적이고 체계적인 데이터 구축이 선행되어야 한다. 이를 통해 규제의 필요성을 객관적으로 판단하고, 산업 성장의 새로운 방향성을 제시해야 한다.

나. 규제의 실효성 문제

산업진흥적 목적을 가진 규제들은 진흥시키고자 하는 대상을 명확히 규정하는 것이 필요하다. 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 규제에서는 순수 외주제작 프로그램을, 국내 제작물 의무 편성 비율 규제와 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제에서는 국내 제작물을 규정해야 한다. 편성고시에서는 순수 외주제작 프로그램, 국내 제작 프로그램, 국내 제작 영화, 애니메이션 등을 규정하고 있다.[60]

먼저, 순수 외주제작 프로그램의 정의 문제를 논의하고자 한다. 순수 외주제작 프로그램의 정의는 공동제작과 외주제작의 경계가 모호하며, 현재의 제작 방식 변화를 충분히 반영하지 못하고 있다는 비판을 받고 있다. 이로 인해 산업 진흥적 목표를 달성하는 데 실효성이 떨어질 가능성이 지속적으로 제기되고 있다. 특히, 스튜디오 중심의 제작 체제가 도입되면서 외주제작과 공동제작의 구분이 더욱 어려워졌고, 특수관계자에 대한 규정도 명확하지 않다. 이러한 모호성은 사업자와 규제 당국 간의 갈등을 초래하며, 꼼수 계약 문제

60) 편성고시에서는 국내 제작 대중음악은 정의되지 않았다. 편성 비율 규제는 존재하지만 대상물이 명확히 정의되지 않았다. 대중음악에 대해서는 뚜렷한 산업적 목적이 없었기 때문으로 예상된다. 그러나 실효성 있는 규제의 시행을 위해 추후 정의할 필요가 있다.

를 동반하기도 한다.

순수 외주제작 프로그램의 편성 규제를 유지하려면, 그 정의와 인정 기준을 철저히 재정비할 필요가 있다. 재정적 요소(제작비 분담), 기획적 요소(기획, 연출, 작가 참여), 프로그램 독립성(단위 프로그램의 자율성) 등 세부 기준의 층위를 명확히 설정하고, 중요도에 따라 가중치를 부여하는 등 구체적인 인정 기준을 마련해야 한다. 또한, 인정 자문회의 결과나 기존 인정 사례를 기반으로 방송사업자와 제작자가 인정 기준에 대한 이해를 심화할 수 있도록 지원하는 방안도 필요하다. 이러한 과정에서 제작자와 방송사업자의 의견을 충분히 수렴하여, 정책 결정에 반영하는 것이 중요하다. 이러한 노력을 통해 규제의 실효성을 제고하고, 외주제작과 공동제작 간의 경계를 명확히 하여 산업 진흥과 공정 거래를 동시에 달성할 수 있을 것이다.

순수 외주제작 프로그램 인정기준은 제작 다양성을 확보하고, 산업 진흥과 공정 거래를 유도하는 목표를 동시에 담고 있는 것으로 보인다. 그러나 공정 거래 유도가 편성 규제를 통해 실질적으로 달성될 수 있는지에 대한 의문이 제기되고 있다. 인정기준이 지나치게 경직적이거나 모호할 경우, 방송사와 외주제작사 간의 공정한 거래를 촉진하기보다는 규제 준수를 위한 형식적 절차로 전락할 가능성이 크다. 공정 거래는 별도의 규제나 정책적 수단을 통해 다루어야 하며, 이를 편성 규제에 포함시키는 것은 적절하지 않다는 지적이 있다.

국내 제작 콘텐츠에 대한 인정 기준의 실효성 문제도 제기되고 있다. 국내 제작 콘텐츠의 인정 기준은 출자 비율과 제작 인력 기준이라는 두 가지 요소로 구성된다. 이는 재정적 차원에서의 산업 진흥과 인력 구성 차원에서의 산업 진흥을 동시에 목표로 하고 있는 것으로 해석할 수 있다. 그러나 두 기준의 우선순위와 실효성에 대한 논의가 충분하지 않은 상황이다. 산업 진흥을 위해 외국 자본의 유치를 긍정적으로 평가한다면, 재정적 규제를 완화할 필요가 있다. 외국 자본을 유치하면서도 한국 인력이 전적으로 투입된 프로그램 제작을 장려하면, 국내 인력과 기술의 발전을 도모하는 동시에 글로벌 경쟁력을 강화할 수 있다. 예를 들어, 외국 자본이 투자된 프로젝트라 하더라도, 기획과 연출, 작가 등 주요 제작 과정에 국내 인력이 참여한다면 국내 제작물로 인정받도록 기준을 수정하는 것이 산업 진흥에 더 긍정적일 수 있다.

또한, 인력 구성의 차원에서는 산업 내 환경 변화와 AI와 같은 신기술의 활용이 인정 기

준에 미칠 영향을 고려해야 한다. 예를 들어, AI가 제작한 콘텐츠가 애니메이션으로 인정될 수 있는지, AI 제작물이 국내 제작물로 간주될 기준은 무엇인지에 대한 명확한 정의가 필요하다. 이러한 기술적 변화는 기존 인정 기준의 재정비를 요구하며, 인력 구성과 기술 활용 간의 균형점을 찾아야 한다.

이와 더불어, 현재의 인정 기준은 콘텐츠의 주제와 내용적 측면에서의 '국내성'을 반영하지 않고 있다. 만약 문화적 정체성과 국내 콘텐츠 보호가 규제의 중요한 목표라면, 콘텐츠의 주제와 내용이 국내 문화와 연관성을 가지는지를 평가하는 기준이 포함되어야 한다. 프로그램의 소재가 한국의 역사나 문화적 가치와 관련이 있다면, 이러한 측면을 고려해 국내 제작물로 인정할 수 있도록 해야 한다.

마지막으로, 방송 프로그램, 영화, 애니메이션 등 콘텐츠 유형별로 서로 다른 기준을 적용하는 현행 방식은 규제의 복잡성을 높이는 요인이 되고 있다. 각각의 기준이 서로 상충하거나 일관성이 부족한 경우, 규제 준수에 혼란을 초래할 수 있다. 따라서 규제의 간소화와 통합을 통해 인정 기준을 보다 명확하고 일관성 있게 재설정해야 한다. 이는 방송사업자와 콘텐츠 제작자 간의 불필요한 갈등을 줄이고, 규제의 실효성을 높이는 데 기여할 것이다. 이렇게 재정비된 인정 기준은 국내 제작 콘텐츠의 다양성과 질적 성장을 촉진하고, 변화하는 미디어 환경에 적합한 규제 체계를 구축하는 기반이 될 수 있다.

제4절 편성규제의 새로운 목표 제안

1. 새로운 다양성 개념 제안

현행 편성규제의 가장 주요한 목표는 시청자에게 다양한 방송 프로그램을 제공하는 데 있다. 민주주의 사회에서 미디어는 공공 의제에 대한 다양한 의견과 관점을 교환하고 토론하는 통로로 기능하기 때문에 (Wildman, 2007), 가능한 다양한 의견과 관점을 보장해야 한다. 이런 규범적 목적 외에도 다양성 추구는 실용적인 가치도 있다. 다양한 콘텐츠의 제작과 유통을 보장하면 이용자의 선택권이 확장되면서 경쟁을 통해 콘텐츠의 품질이 향상될 수 있다. 또, 사회에 존재하는 다양한 구성원의 목소리를 재현함으로써 사회의 통합과 문화의 보존에도 도움이 된다. 이에 따라, 한국의 미디어 정책은 다양성 추구를 핵심 목표

로 설정하고 이를 바탕으로 정책을 실행해 왔다(정영주, 2010). 편성규제도 다양성 추구를 핵심 목표 중 하나로 설정하고 시청자에게 가능한 다양한 콘텐츠를 제공하기 위한 여러 장치를 운영해 왔다.

현행 편성규제가 설정한 다양성 추구의 목표는 규범적으로나 실천적으로 타당한 목표이다. 그러나 어떤 종류의 다양성을 추구할 것인가에 대한 논의를 새롭게 시작할 필요가 있다. 현재의 편성 규제는 2000년 통합방송법 출범 당시 형성된 것으로, 당시의 미디어 환경과 현재의 미디어 환경은 큰 차이를 보인다. 20년 전의 미디어가 추구해야 했던 다양성과 2024년 현재의 미디어 환경에서 요구되는 다양성은 같지 않다.

현행 편성규제가 추구하는 다양성은 프로그램 공급 측면에서의 다양성이다. 이 다양성은 크게 두 가지 차원으로 나눌 수 있다. 첫째, 종합편성 채널 내에서 다양한 분야, 국가, 제작 주체가 제작한 콘텐츠가 균형적으로 편성되도록 하는 수직적 다양성이다. 둘째, 여러 전문편성 채널이 각자의 전문성을 살려 프로그램을 편성함으로써 다양한 채널이 공존하게 하는 수평적 다양성이다. 이 두 차원은 모두 프로그램 공급의 다양성을 확보하기 위한 중요한 요소들이다. 이 공급의 다양성은 지상파 방송이 미디어 시장에서 지배적인 지위를 차지하고 있었던 2000년대에 설정된 목표이다. 상당수의 시청자들이 지상파 방송과 일부 유료 방송을 통해 영상 콘텐츠를 소비하는 환경에서 보장되어야 할 다양성이었다.

그러나 그 이후 미디어 환경은 급격히 변화했다. 유료 방송 시장이 빠르게 성장하며 케이블 TV, 위성방송, IPTV 등 다양한 플랫폼과 이를 채우는 여러 채널 사용 사업자들이 등장했다. 2010년대 후반에는 온라인 중심의 OTT 플랫폼들이 본격적으로 등장하며 미디어 환경은 또 한 번 변화를 맞이했다. 현재 시장에서는 이미 다양한 제작 주체에 의해 만들어진 다양한 분야의 콘텐츠들이 공급되고 있다. 특히, 국경을 넘나드는 글로벌 OTT 서비스는 여러 국가의 콘텐츠에 대한 접근을 가능하게 했다. 이제 시장은 콘텐츠 공급의 홍수를 경험하고 있으며, 시청자들은 사실상 무한한 선택권을 누리고 있다.

변화된 미디어 환경에서 우리가 추구해야 할 다양성에 대한 논의가 필요한 시점이다. 현재 공급 측면에서의 다양성은 상당 부분 확보되었다. 방송과 미디어가 지향해야 할 다양성의 개념을 명확히 규정하고, 그에 따른 실천적 목표를 설정할 필요가 있다. 기존의 다양성 추구가 프로그램의 양적 다양성이나 공급자의 다양성에 집중했다면, 새로운 다양성 개념은 보다 질적이고 심층적인 차원으로 확장될 필요가 있다.

우리는 이제 콘텐츠의 공급뿐만 아니라, 그 콘텐츠가 어떻게 제공되고 소비되는지에 대한 문제를 고민해야 한다. 예를 들어, 이용자가 선택하는 콘텐츠의 유형이나, 콘텐츠가 어떻게 배치되고 추천되는지의 문제는 시청자의 실제 경험과 관련이 깊다. 또한, '다양성'이 단순히 콘텐츠의 종류나 출처에 국한되는 것이 아니라, 다양한 의견과 관점이 공존하고 상호작용할 수 있는 환경을 만드는 것까지 포함되어야 한다. 이처럼 변화된 환경에서의 다양성은 단순히 프로그램의 공급 차원을 넘어, 그 내용과 접근 방식에 대한 새로운 기준을 설정하는 방향으로 나아가야 한다. 방송 및 미디어 정책의 목표는 단순히 콘텐츠의 다양성을 보장하는 것에 그치지 않고, 이러한 콘텐츠가 어떻게 시청자에게 전달되고, 어떻게 다양한 사회적·문화적 관점들이 반영될 수 있는지를 규명하는 데에도 집중해야 한다.

2. 산업정책적 목표의 재검토

현행 편성규제는 산업정책적 목표도 가지고 있다. 외주제작사를 육성하고, 국내 영상 콘텐츠 제작 시장을 보호하는 것을 목표로 세우고 있다. 이 목표에 대해서는 두 가지 쟁점이 있다.

첫째, 편성규제가 육성하거나 보호하고자 했던 대상이 여전히 그 보호가 필요한지에 대한 점검이 필요하다. 예를 들어, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율 규제가 육성하고자 했던 외주제작사들은 이 규제를 통해 이미 충분히 성장했다는 의견이 존재한다. 일부 대형 외주제작사는 방송사업자에 비해 더 큰 영향력과 시장 지배적 지위를 확보한 상태이므로, 더 이상 규제를 통한 보호가 필요하지 않다고 보는 견해도 있다(황현정 외, 2023). 오히려 방송사업자들이 외주제작사에 의존하면서 제작 역량을 상실하고, 온라인 기반의 다양한 플랫폼에 의해 영향력과 이용자를 빼앗기고 있는 상황에서 방송사업자들이 지원을 받아야 한다는 주장도 제기된다(황현정 외, 2023).

또한, 국내 애니메이션 산업 보호를 위해 설정된 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제는 애니메이션 시청이 주로 지상파나 종편 채널을 통해 이루어지지 않기 때문에, 지상파와 종편 등에 애니메이션 편성을 의무화하는 것이 방영된 애니메이션의 인지도 상승이나 파급 효과를 이끌어내는 데 한계가 있다는 점이 지적된다. 해당 규제가 애니메이션 제작

사의 육성과 직접적으로 연결된다고 보기는 어렵고, 오히려 지상파나 종편이 편성을 통해 정당하게 실행하는 이익 추구를 막고 있다는 비판이 있다(황현정 외, 2023).

두 편성규제 항목에 대한 비판은 현재의 규제가 육성하고 보호하려는 대상에 대해 전면적인 재검토가 필요함을 시사한다. 현재 편성규제의 산업정책적 목표가 실제로 얼마나 달성되었는지에 대해 객관적인 데이터를 바탕으로 평가하고, 그에 따라 규제가 지속될 필요성이 있는지를 판단해야 한다. 만약 규제의 유지가 불필요하다고 판단된다면, 규제 폐지의 결정과 함께 그로 인한 파급효과를 면밀히 예측해야 한다. 무엇보다 현재 육성과 보호가 필요한 대상이 무엇인지 지속적으로 모니터링하는 과정이 필수적이다. 이는 미래의 정책 방향을 설정하고, 변화하는 시장 환경에 맞는 적절한 규제를 수립하는 데 중요한 역할을 할 것이다.

둘째로 산업을 진흥하고 보호하는 것이 편성규제의 목표가 되는 것이 타당한가에 대한 논의이다. 산업의 진흥과 성장을 지원하는 것이 누군가의 자유를 제약하는 규제를 통해 이루어지는 것이 과연 합리적이고 정당한지에 대한 근본적인 의문이다(배진아, 2020). 산업의 진흥, 성장, 보호는 궁극적으로 지원 정책을 통해 이루어져야 한다. 현재의 편성규제는 간접적으로 다른 사업자의 자유를 제한하여 특정 산업의 성장과 보호를 도모하고 있다. 그러나 이러한 간접적인 방식은 즉각적인 성장으로 이어지지 않는 경우가 많으며, 규제의 대상이 되는 다른 사업자들의 반발을 초래할 수 있다. 또한, 경쟁과 발전의 자유를 제한함으로써 예기치 못한 부작용이 발생할 가능성도 존재한다.

따라서, 산업 내 여러 사업자와 구성원들의 자율적 성장을 촉진하는 방향으로 규제의 전환이 필요하다. 과도한 규제를 완화하고, 산업의 자율적인 발전을 유도하는 정책 설계가 요구된다. 예를 들어, 콘텐츠 생산자와 유통자에게 보다 큰 자유를 부여하고, 경쟁력 있는 콘텐츠를 제작하고 유통할 수 있는 역량을 강화할 수 있는 인력 양성 및 재정적 지원이 산업 진흥에 더욱 효과적일 수 있다. 규제는 산업 진흥을 직접적으로 목표로 하기보다는, 불공정한 행위를 하는 사업자를 제재하고, 다른 구성원의 성장을 저해하는 요인을 최소화하는 방식으로 이루어져야 한다.

3. 이용자 보호

이 보고서에서는 편성 규제의 산업진흥적 목표를 대신할 새로운 목표로 미디어 이용자 보호를 제안한다. 편성 규제의 지향점을 공급 중심에서 소비 중심으로 전환하고, 콘텐츠 소비자, 즉 시청자의 이익을 최우선으로 고려하여 미디어의 공적 역할을 재정립하고자 한다.

OTT 등 영상 콘텐츠를 제공하는 공급자가 크게 다양해졌다. 현재 시장에는 무한에 가까운 콘텐츠가 공급되고 있으며, 이로 인해 콘텐츠 간, 플랫폼 간, 그리고 사업자 간의 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 이러한 경쟁 속에서 일부 사업자들은 수익과 시장에서의 지배적 위치를 선점하기 위해 공익성을 쉽게 포기할 가능성이 있다. 자극적이거나 선정적인 콘텐츠, 또는 편향되거나 저품질의 콘텐츠가 상업적 이익을 목적으로 제공될 위험이 존재한다. 이러한 우려를 해소하기 위해, 편성 규제를 포함한 미디어 규제는 이용자의 이익을 보호하는 데 중점을 두어야 한다.

이용자 보호를 위한 핵심 과제는 시청자가 다양한 콘텐츠에 공정하게 접근할 수 있는 환경을 조성하는 것이다. 특정 장르나 특정 주체의 콘텐츠가 과도하게 편성되는 문제를 방지하고, 다양한 문화적 배경과 사회적 이슈를 반영한 콘텐츠가 균형 있게 제공되도록 해야 한다. 양적 다양성이 아닌, 질적인 다양성, 즉 관점의 다양성을 보장하는 것을 편성 정책의 목표로 삼을 필요가 있다. 관점의 다양성 확보를 위해서는 어린이 대상 콘텐츠, 다양한 지역 문화와 관련된 콘텐츠 등 상업적 경쟁에서 배제될 수 있는 콘텐츠가 이용자를 만날 수 있도록 하는 것이 필요하다.

둘째, 미디어 이용자의 정보 접근성을 강화하기 위한 규제가 필요하다. 특히, 알고리즘에 의존해 영상 콘텐츠를 소비하는 비중이 점점 높아지는 환경에서는 이용자들이 다양한 콘텐츠에 접근하지 못하는 상황이 발생할 가능성이 있다. 알고리즘은 시청자의 과거 시청 기록과 선호도를 기반으로 콘텐츠를 추천하지만, 이 과정에서 동일한 유형의 콘텐츠만 반복적으로 노출되거나, 이용자가 특정 관점에 갇히는 문제가 발생할 수 있다. 따라서, 추천 알고리즘의 공정성과 투명성을 보장하고, 다양한 콘텐츠가 균형 있게 노출될 수 있도록 하는 방안을 편성 규제와 함께 고려해야 한다.

셋째, 취약 계층을 위한 보호 장치를 강화하는 동시에, 이들의 목소리를 대변하는 콘텐

츠가 유통될 수 있는 통로를 마련하는 것이 필요하다. 어린이, 청소년, 노인 등 미디어의 영향에 상대적으로 취약한 계층을 대상으로 한 공익적 콘텐츠 제작을 장려하고, 이러한 콘텐츠의 접근성을 높이는 방안을 편성 규제의 목표로 설정할 수 있다. 현재 방송법은 장애인의 방송 접근권 보장을 위한 규제(방송법 제69조 제8항) 등 일부 취약 계층을 위한 정책을 포함하고 있다. 이러한 취약 계층의 대상의 정책을 장애인뿐만 아니라 어린이, 청소년, 노인, 이민자 등 다양한 취약 계층으로 그 범위를 확대할 필요가 있다. 이를 통해 이들 각 그룹을 보호하고, 미디어 활용에 대한 지원을 강화하는 방안을 모색할 수 있다. 상업성을 추구하는 미디어가 간과할 수 있는 콘텐츠, 시장이 외면할 가능성이 높으나 사회의 다양성을 유지하고 통합하는 데 필요한 콘텐츠가 유통될 수 있도록 보장하는 것이 편성의 목표가 되어야 한다. 이러한 접근은 단순히 취약 계층을 보호하는 차원을 넘어, 보다 포용적이고 공정한 미디어 환경을 구축하는 데 중요한 역할을 할 것이다.

제 4 장 신규 영상콘텐츠 플랫폼 관련 국내외 정책 현황

이 장에서는 OTT를 비롯한 인터넷 기반 신규 영상 콘텐츠 플랫폼에 대한 국내외 정책을 면밀히 분석하고자 한다. 국내외 법령에서 OTT의 지위와 이를 다루는 정책의 차이를 비교하고, 앞으로의 정책 방향성을 예측하고자 한다. 각국의 법령과 정책에서 OTT 및 신규 영상콘텐츠 플랫폼이 어떤 지위로 정의되고 있는지 살펴보고, 이를 기반으로 규제와 지원의 형태를 분석했다. 해외 국가들이 도입한 정책의 배경과 국내 미디어 환경을 비교하여, 신규 영상콘텐츠 플랫폼에 적용 가능한 편성정책의 방향성을 탐구했다.

제 1 절 OTT의 법적 정의 및 성격

1. 현행 국내법 상 OTT의 정의 및 지위

OTT(Over-The-Top) 서비스는 기존 방송사업자(지상파, 위성방송, 케이블 방송 등)가 아닌 제3의 사업자들이 인터넷을 통해 다양한 미디어 콘텐츠를 대중들에게 제공하는 서비스이다(이재호, 2014). 등장 초기에는 셋톱박스와 같은 전용 단말기를 통해 방송 프로그램 등의 영상 콘텐츠를 제공하는 서비스에 한정했으나, 현재는 PC, 모바일 등 다양한 기기를 통해 영상 콘텐츠를 제공하는 인터넷 기반의 동영상 서비스를 아우르는 의미로 확장됐다. 즉, 기존의 TV가 아닌 인터넷이 가능한 다양한 기기를 통해 시청 가능한 영상 콘텐츠를 제공하는 서비스로 정의할 수 있다(최진응, 2015). BEREC[61](2016)은 OTT를 "범용 인터넷망을 이용해 최종 이용자에게 콘텐츠와 서비스를 제공하는 것"으로 정의하고 있고, 황성기(2017)은 "단말기 종류와 관계없이 인터넷을 통해 제공되는 동영상 콘텐츠"라고 정의했다. 이러한 정의들은 OTT의 특성을 인터넷 기반, 다양한 기기 지원, 비전통적 콘텐츠 전달 방식 등으로 요약할 수 있다.

61) 유럽전자통신규제기구 (Body of European Regulators for Electronic Communications)

현행 법제 하에서 OTT 서비스 제공 사업자는 여러 법령에서 다르게 분류된다. 2022년 전기통신사업법이 개정되며, OTT로 대표되는 온라인 동영상 서비스는 부가통신역무의 한 유형으로 정의됐다. 전기통신사업법에서는 부가통신사업자로 분류되며, 정보통신망법에서는 정보통신서비스 제공자로, 저작권법에서는 온라인 서비스 제공자로 정의된다. 이러한 다중적 정의는 OTT가 기존 방송과 다른 새로운 영역에 속해 있으며, 방송법의 영향력 하에 있는 방송사업자와는 차별화되는 지위를 가지고 있음을 보여준다.

전기통신사업법에 따라 OTT 서비스 사업자는 부가통신사업 신고를 통해 시장에 진입한다. 이는 방송법에 따라 허가, 승인, 등록 등 복잡한 절차를 요구받는 전통적 방송사업자와 구분되는 차이이다. 또, OTT 사업자가 제공하는 콘텐츠는 정보통신망법 및 방송통신심의위원회의 관련 법에 따라 "정보통신에 관한 심의 규정"의 적용을 받는다. 불법 정보, 청소년 유해물, 음란 콘텐츠에 대한 제재는 존재하지만, 방송사업자에 비해 심의 기준이 느슨하며 재허가나 재승인 절차가 필요하지 않아 상대적으로 규제 강도가 낮다. 이러한 점은 OTT 플랫폼이 기존 방송 규제와는 다른 유연한 규제 환경을 기반으로 성장하는 데 도움이 됐다.

OTT 등 신규 영상콘텐츠 플랫폼이 시장에 등장하고 그 영향력을 확대하면서, 이들의 역할과 책임을 명확히 하고, 기존 방송 규제와의 조화를 모색하기 위해 신규 영상콘텐츠 제공 플랫폼 사업자들을 방송법에 포함시키거나, 방송사업자와 OTT 등을 함께 관리할 수 있는 새로운 규제체계를 만들고자 하는 시도도 계속되고 있다. OTT 플랫폼이 가진 혁신적 요소를 극대화하면서도 공익적 가치를 보장하기 위한 법제적 정비가 앞으로의 중요한 과제이다. 전통적 방송사업자와 신규 플랫폼들 간의 경쟁 구도와 협력 가능성을 고려한 균형 잡힌 정책에 대한 필요성이 대두되고 있다.

2. OTT와 방송의 유사성

현행 방송법은 방송을 "방송 프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것"으로 정의하고 있다. 여기에는 방송 프로그램의 기획·편성과 제작, 일반 공중에게 전달, 그리고 전기통신설비를 통한 송신이라는 세 가지 핵심 요소가 포함된다. 이 정의는 방송의 본질을 규정하며, 방송 콘텐츠와 기술적 요소를 모두 포괄한다.

첫 번째 요소는 방송 프로그램의 기획·편성 또는 제작이다. 이는 방송 내용에 대한 요소로, 방송사가 콘텐츠를 구상하고 제작하며 이를 배치하는 과정을 포함한다. 두 번째 요소는 일반 공중에게 전달하는 것이다. 이는 특정되지 않은 다수를 대상으로 하며, 수신 대상의 임의성을 강조한다. 세 번째 요소는 전기통신설비를 통한 송신이다. 이 요소는 유무선 및 일방향과 양방향 모두를 포괄하며, 방송 전달의 기술적 기반을 설명한다.

OTT를 비롯한 신규 영상콘텐츠 플랫폼들은 이러한 방송의 정의와 여러 측면에서 유사하다. 현재 존재하는 온라인 기반의 OTT 플랫폼들은 음성과 시각 요소로 구성된 콘텐츠를 기획·제작하고 배열하여 제공한다는 점에서 방송의 기획·편성 및 제작 요소와 상응한다. 또한, OTT 플랫폼들은 범용 인터넷망을 통해 누구나 접근할 수 있는 가능성을 열어둠으로써 일반 공중에게 서비스를 제공한다. 이는 가입과 이용료 지불을 조건으로 한다는 점에서 유료 방송과 유사하다고 볼 수 있고, 임의적 수신자를 대상으로 한다는 방송의 정의와 일치한다.

OTT의 기술적 요소 역시 방송과 닮아있다. 전기통신설비를 통해 유무선 및 일방향, 양방향 모두의 송신 방식을 포괄한다는 점에서 OTT와 전통 방송은 유사한 기술적 기반을 공유한다. 다만, 전통 방송이 전파의 희소성과 일방향성을 특징으로 하는 반면, OTT는 방송과 달리 전파 희소성을 충족하지 않고, 양방향성이 특징이다. OTT가 인터넷 기반의 콘텐츠 전달 시스템으로서 새로운 기술적 접근 방식을 취하고 있다.

OTT와 방송의 유사점에도 불구하고, 모든 OTT 서비스가 방송의 정의를 충족하는 것은 아니다. OTT 서비스 유형에 따라 방송의 내용, 수신 대상, 기술적 요소 중 일부를 충족하지 않을 수 있다. 예를 들어, 특정 수신자를 대상으로 한 주문형 비디오(VOD) 서비스는 일반 공중을 대상으로 하지 않으므로 방송의 정의에 포함되지 않을 수 있다. 또한, 콘텐츠 제작 없이 단순히 유통만을 담당하는 유튜브와 같은 동영상 공유 플랫폼도 방송의 기획·제작 요소를 충족하지 않는다.

결론적으로, OTT 등 신규 영상콘텐츠 플랫폼들은 방송의 법적 개념과 기술적·내용적 유사성을 공유하면서도 고유의 특성을 가진다. 이러한 특성은 이들 신규 플랫폼이 전통 방송과는 다른 규제 접근을 필요로 한다는 점을 시사한다. 앞으로의 법적 검토와 정책 수립 과정에서는 OTT와 방송 간의 유사점과 차이점을 모두 고려하여 균형 잡힌 규제 체계를 마련할 필요가 있다.

제2절 해외 OTT 관련 정책 사례

1. 미국

미국의 OTT 관련 정책은 전통적인 방송 규제 체계와 구별되는 특징을 가진다. 현행 연방통신법에 따르면, OTT는 정보서비스로 분류되며, 이에 따라 최소한의 규제를 받고 있다. 미국의 법은 방송서비스를 지상파 방송국과 다채널영상편성배포자(MVPD, Multi-channel Video Programming Distributor)로 나누고 있는데, OTT를 비롯한 온라인 영상 제공 서비스는 MVPD에 포함되지 않으며, 이 때문에 기존 방송 규제의 적용 대상이 아니다.

방송서비스의 중 MVPD는 케이블, 위성, IPTV 등을 포함하여 소비자에게 유료 방송 신호를 전달하는 사업자를 지칭하며, 1996년 연방통신법에 따라 규제되고 있다. 그러나 OTT는 MVPD에 포함되지 않고, 대신 연방통신법에 따라 정보서비스로 분류되어 진입 규제로서 신고 의무 외에는 별다른 규제가 적용되지 않는다. 연방통신위원회(FCC)는 OTT를 온라인영상배포자(OVD, Online Video Distributor)로 분류하고 있지만, 이 지위는 법적 규제 대상이 아니다. FCC는 OTT 플랫폼을 규제하지 않으며, 이에 따라 OTT 사업자들은 다른 방송사업자에 비해 비교적 자유로운 환경에서 콘텐츠를 제공할 수 있다. 이는 한국의 방송법이 관장하는 방송사업자의 범위에 OTT가 포함되지 않고, 전기통신사업법상의 부가통신사업자로 분류되어 비교적 낮은 강도의 규제를 적용받고 있는 것과 유사하다.

그러나 미국에서는 OTT를 비롯한 신규 영상 콘텐츠 플랫폼들을 MVPD로 편입하려는 움직임이 있었다. 2414년 12월 FCC는 OTT 사업자 중 인터넷을 통해 실시간으로 TV 방송 프로그램을 제공하는 온라인 영상 배포 사업자(Online Video Distributor, OVD)를 MVPD에 포함하려고 시행령 개정 예고를 했다. OTT 사업자 중 일부를 유료방송 사업자와 같은 법적 지위로 포섭하려 시도한 것이다. 만약 OTT가 OVD사업자라는 타이틀로 MVPD에 포함될 경우, 해당 사업자는 지상파 방송채널 및 유료방송 채널(케이블, 위성방송 등의 채널 - 국내의 PP)을 동시에 재전송할 수 있지만, 지상파 방송의 재전송 동의료(retransmission consent fee)의 부담을 함께 얻게 된다. 더불어 지정된 사업자는 기존 MVPD 사업자들과 동일한 규제를 받게 될 가능성이 있다. 이는 콘텐츠 제작 및 배포 방식뿐만 아니라 가격

책정, 서비스 접근성 등 다양한 측면에서 OVD 사업자의 운영에 영향을 미칠 수 있다.

2014년 이 시행령 개정 예고에서 FCC는 OVD 사업자들을 비실시간 주문형 비디오 서비스(VOD)와 구분하고, 이들을 유료방송과 동등한 차원에서 경쟁 환경을 조성하고자 했다. 그러나 OVD 사업자에 대한 MVPD 지위 부여 시도는 시행령 예고 이후 후속 조치가 이루어지지 않아, 실행되지 않았다. 여전히 OVD 사업자를 비롯하여 OTT 서비스 사업자들은 정보 서비스로 분류되며 FCC의 규제 대상에서 제외되고 있다. OTT 서비스가 규제의 영역에서 벗어나 비교적 자유롭게 사업을 운영할 수 있는 이유는 미국에 기반을 둔 이들 사업자들이 유럽연합 등 글로벌 시장에서 강력한 규제에 직면하고 있는 것에 대한 반대 작용으로 볼 수 있다(김남두 외, 2022; 정두남, 심영섭, 2019). 미국은 OTT에 대해 최소 규제 정책을 유지하고 있으며, 이는 글로벌 사업자에 대한 규제를 강화하려는 듯한 인상을 주지 않으려는 의도로 해석할 수 있다(김남두 외, 2022).

2. 유럽연합

유럽연합은 2000년대 초 방송과 통신 부문에 대한 수평적 규제 체계를 도입하며, "시청각미디어서비스 지침"(AVMSD, Audiovisual Media Service Directive)을 통해 TV 방송과 온라인 동영상 서비스의 통합적 규제 체계를 마련했다. AVMSD 지침은 2007년 제정된 유럽연합의 미디어 관련 규제로서, 유럽연합의 회원국은 AVMSD 지침을 국내법으로 전환할 의무를 가진다. AVMSD는 2018년 개정을 통해 시청각미디어서비스를 선형 서비스(실시간 방송)와 비선형 서비스(주문형 서비스)로 구분하며, 각각의 특성에 맞는 규제 방식을 규정했다. 이 개정에서 동영상공유플랫폼을 별도의 서비스 유형으로 포함하면서 새로운 미디어 환경에 대한 대응력을 강화했다.

아래 〈표 4-1〉과 같이, AVMSD에서는 시청각미디어서비스와 동영상공유플랫폼서비스를 별도의 서비스 유형으로 구분하고, 시청각미디어서비스는 다시 선형과 비선형 서비스로 구분한다. 시청각미디어서비스와 동영상공유플랫폼서비스는 "편집 책임 (editorial responsibility)"의 유무로 구분한다. 시청각미디어서비스는 미디어서비스 제공자가 편집 책임을 가지고 영상물을 공급할 목적을 가진 서비스이며, 동영상공유플랫폼은 서비스의 운영 주체가 편집 책임을 갖지 않는 프로그램과 이용자 제작 동영상을 제공하는 것을 목적으로 한 서비

스이다. 2018년의 동영상공유플랫폼을 별도 서비스 유형으로 추가한 것은 유튜브와 같은 이용자 제작 동영상 공유 서비스를 포섭하기 위함이었다.

AVMSD가 시청각미디어서비스와 동영상공유플랫폼서비스를 구분하는 편집 책임은 프로그램의 내용과 구성, 배열 등을 결정하는 것으로, 넓은 의미에서 편성의 개념을 포함한다. 시청각미디어서비스는 서비스의 주체가 이 책임을 지지만, 동영상공유플랫폼서비스는 이 편집 책임이 부재하다. AVMSD는 시청각미디어서비스 제공자가 제공하는 프로그램과 서비스는 제공자의 명시적 동의 없이 단축, 변경, 중단, 추가될 수 없다고 명시하고 있어 편집과 편성의 자유를 보장함과 동시에 책임을 요구하고 있다고 볼 수 있다. 반면에 동영상공유플랫폼서비스가 제공하는 콘텐츠는 공유 플랫폼 제공자의 편집 책임하에 있지 않다고 명시하고 있다. 그러나 동영상공유플랫폼 서비스는 알고리즘이나 자동적 수단 등을 통해 콘텐츠의 구성을 결정할 수 있기 때문에 미성년자를 포함한 일반 대중을 보호할 의무를 가지고 있음을 명시하고 있다.

〈표 4-1〉 유럽연합의 AVMSD 내 시청각미디어서비스 정의

구분	AVMSD 내 정의(제1조 제1항 중)
시청각미디어서비스 (audiovisual media service)	• 정보, 오락 또는 교육 제공을 위해, 서비스 제공자의 편집 책임 하에, 전자통신망을 통해 일반 대중에게 프로그램을 제공하는 것이 주된 목적인 서비스 • 시청각미디어서비스는 텔레비전 방송이거나 주문형(on-demand) 시청각미디어 서비스 임.
동영상공유플랫폼서비스 (video-sharing platform service)	• 정보, 오락 또는 교육 제공을 위해, 서비스 제공자가 편집 책임을 가지지 않는 프로그램, 사용자 생성 영상물, 또는 둘 다를 전자통신망을 통해 일반 대중에게 제공하는 것을 주요 목적인 서비스

유럽연합의 회원국들은 AVMSD의 지침에 따라 텔레비전 방송뿐만 아니라, OTT 등 온라인 기반의 동영상 제공 플랫폼들도 규제할 수 있게 되었다. AVMSD의 가장 주된 규제는 유럽연합이 제작한 콘텐츠를 보호하기 위한 편성 규제이다. 2018년 개정된 AVMSD는 기존의 실시간 방송에 적용하던 유럽산 콘텐츠 쿼터제를 온라인 VOD(주문형 비디오) 서비스에까지 확대했다. 유럽연합의 회원국은 실시간 방송과 비실시간 방송 모두에서 제공하는

콘텐츠의 30% 이상을 유럽산 콘텐츠로 채워야 한다. 실시간 방송에서는 편성되는 프로그램의 30% 이상을 유럽산 콘텐츠로 채워야 하고, VOD와 같은 비실시간 시청각미디어서비스에서는 카탈로그라고 불리는 프로그램의 목록 또는 풀(pool) 내에서 30% 이상을 유럽산 콘텐츠로 채워야 한다. AVMSD에 따르면, 유럽산 콘텐츠의 할당(쿼터)은 넷플릭스를 포함해 유럽연합 여러 회원국에서 서비스하는 모든 OTT 서비스를 대상으로 한다. OTT 서비스가 유럽에 기반을 두었는지, 아니면 유럽 외 국가에 기반을 두었는지는 규제 적용에 영향을 미치지 않는다(김남두 외, 2022).

또, 이들 시청각미디어서비스들은 유럽 작품이 이용자에게 선택받을 수 있는 현저성(prominence)를 보장해야 할 의무가 있다. 현저성이란 이용자들이 해당 프로그램에 대해 더 손쉽게 접근할 수 있도록 하는 조치들을 아우른 것으로, AVMSD의 개정이유(Recital 35)[62]에서 1) 서비스 홈페이지에서 접근 가능한 유럽 작품의 섹션 마련, 2) 서비스에서 제공하는 검색 수단으로 유럽 작품을 찾을 수 있는 가능성 향상, 3) 서비스 홍보 캠페인에서 유럽 작품 이용 또는 카탈로그에서 홍보하는 작품의 일정 비율 이상에 유럽 작품 이용을 그 예시로 제시하고 있다. 이들 조치는 유럽 콘텐츠의 제작과 소비를 장려하기 위한 정책으로, 지역 산업의 보호와 글로벌 경쟁력 강화를 목적으로 한다. 이와 더불어, 유럽연합 회원국들이 주문형 서비스 제공자에게 콘텐츠 제작에 직접 투자하거나 재정적 기여를 요구할 수 있는 권리를 인정하여 유럽 내 콘텐츠 생산을 활성화하고 있다. 재정적 기여를 요구하는 것 역시 시청각미디어 서비스를 제공하는 사업자가 소재한 국가가 유럽연합의 회원국

62) Recital 35. Providers of on-demand audiovisual media services should promote the production and distribution of European works by ensuring that their catalogues contain a minimum share of European works and that they are given sufficient prominence. The labelling in metadata of audiovisual content that qualifies as a European work should be encouraged so that such metadata are available to media service providers. Prominence involves promoting European works through facilitating access to such works. Prominence can be ensured through various means such as a dedicated section for European works that is accessible from the service homepage, the possibility to search for European works in the search tool available as part of that service, the use of European works in campaigns of that service or a minimum percentage of European works promoted from that service's catalogue, for example by using banners or similar tools.

인지 여부와 관계없이 적용하고 있다. 넷플릭스나 아마존 프라임, 디즈니플러스 등에 대해서도 유럽연합 내에서 사업을 하여 벌어들인 수업을 근거로 유럽산 영상물 제작 진흥을 위한 투자(외주제작, 구매 등)를 의무화하거나 제작 진흥 기금과 같은 조세형식의 정책의 대상자로 포함하는 것이 가능하다(김남두 외, 2022)

2018년 개정 지침에서는 동영상공유플랫폼에 대한 내용 규제도 도입했다. AVMSD는 회원국들이 동영상공유플랫폼에서 제공되는 불법 정보와 혐오 표현 등 유해한 콘텐츠에 대한 일정 수준의 내용규제를 시행하도록 규정하고 있다. 개정이유 47번(recital 47)[63]에서 동영상공유플랫폼서비스에서 제공하는 콘텐츠의 대부분은 플랫폼 사업자의 편집 책임하에 있지 않지만, 제공자는 여러 가지 방식으로 콘텐츠의 구성과 제공 방식 등을 결정하기 때문에 미성년자를 신체적, 정신적, 도덕적 발달을 저해할 수 있는 콘텐츠로부터 보호하기 위한 적절한 조치를 취할 의무가 있음을 명시하고 있다. 또 유럽연합 기본권 헌장 제21조에 언급된 근거에 따라 특정 집단이나 집단의 구성원에 대한 폭력 및 증오를 조장하는 콘텐츠나 범죄 행위에 해당하는 콘텐츠로부터 이용자를 보호하기 위한 조치를 취해야 할 의무도 있다고 규정한다. 이는 동영상공유플랫폼의 사회적 책임을 강화하는 한편, 디지털 환경에서의 공익적 가치를 지키기 위한 조치로 평가된다.

2018년 개정된 AVMSD을 바탕으로 각 유럽연합 회원국은 상응하는 법령과 규제를 제정했다. AVMSD는 유럽연합 회원국들이 AVMSD의 지침을 국내법으로 전환할 것을 의무화하고 있고, 매 2년마다 이행 실적을 유럽연합 집행위원회에 보고하도록 하고 있다. 2024년

63) Recital 47: A significant share of the content provided on video-sharing platform services is not under the editorial responsibility of the video-sharing platform provider. However, those providers typically determine the organisation of the content, namely programmes, user-generated videos and audiovisual commercial communications, including by automatic means or algorithms. Therefore, those providers should be required to take appropriate measures to protect minors from content that may impair their physical, mental or moral development. They should also be required to take appropriate measures to protect the general public from content that contains incitement to violence or hatred directed against a group or a member of a group on any of the grounds referred to in Article 21 of the Charter of Fundamental Rights of the European Union (the 'Charter'), or the dissemination of which constitutes a criminal offence under Union law.

말 현재 유럽연합을 탈퇴한 영국까지 포함하여 총 27개 회원국 전체가 AVMSD 2018년 개정 지침의 국내법 전환을 일정 수준 이상으로 이행했다(European Audiovisual Observatory, 2024).

AVMSD는 선형 및 비선형 서비스 간의 대칭적인 규제를 지향하며, 플랫폼과 서비스 제공자들이 규제의 틀 안에서 유연하게 운영될 수 있도록 한다. 이는 유럽연합 내 다양한 서비스와 플랫폼이 공존하며 경쟁력을 유지할 수 있는 환경을 조성하는 데 기여하고 있다. 동시에, 새로운 기술과 서비스 유형이 등장하는 디지털 환경에서도 규제 체계의 적응성을 보장하려는 의도가 담겨 있다. 결론적으로, AVMSD은 전통적인 방송 규제와 디지털 미디어 환경의 조화 속에 새로운 형태의 미디어들을 체계적으로 관리하고자한 노력이다. 이러한 유럽연합의 OTT 대상 정책은 콘텐츠 다양성과 지역적 정체성을 강화하는 한편, 플랫폼과 서비스 제공자 간의 공정한 경쟁을 촉진한다.

3. 프랑스

프랑스는 2018년 개정된 유럽연합 시청각미디어서비스지침(AVMSD)을 국내법에 수용하며, OTT 서비스에 대한 규제를 강화했다. 2020년부터 2021년 사이에 이루어진 법제화 과정에서 국외 SVOD(구독형 주문형 비디오) 사업자에 대한 새로운 규제가 도입되었으며, 이 규제는 유럽과 프랑스 내 콘텐츠를 보호하고 진흥하는 데 중점을 두고 있다.

첫 번째로, 프랑스는 SVOD 서비스 사업자에게 유럽과 프랑스어 작품에 대한 상시적인 홍보를 의무화하였다. 2021년 시행령에 따르면, 이러한 홍보는 홈페이지 내 비주얼 배치, 예고편 제공, 개인화된 콘텐츠 추천, 프로그램 검색, 홍보 캠페인 등을 통해 이루어져야 한다. 이는 유럽 콘텐츠가 글로벌 플랫폼에서 더욱 두드러지게 보이도록 하는 데 목적이 있다.

둘째, 프랑스는 SVOD 사업자들에게 연간 총매출의 일정 비율을 유럽 영화와 시청각 작품 제작 진흥에 투자하도록 요구한다. 2021년 시행령에 따르면, SVOD 사업자는 매출의 20%~25%를 유럽 콘텐츠 제작에 사용해야 하며, 이 중 85% 이상은 프랑스어 작품에 투자해야 한다. 이는 프랑스 문화의 보호와 발전을 목표로 하고 있다.

셋째, 프랑스는 2018년부터 조세법 개정을 통해 국외에 본사를 둔 VOD 서비스 사업자 및 동영상공유플랫폼에도 이른바 “비디오세”를 부과하기 시작했다. 이 세금은 프랑스 내에서 발생한 수익의 일부를 영상 창작 진흥 기금으로 활용하는 데 사용된다. 이러한 과세는

넷플릭스와 유튜브 같은 글로벌 플랫폼을 대상으로 하며, 프랑스 콘텐츠 산업의 재원을 확충하는 데 기여하고 있다.

넷째, 2016년 프랑스 의회는 국내외 모든 동영상 서비스의 프랑스 내 수입에 대해 과세하는 법안을 마련하였고, 유럽연합의 승인을 거쳐 2017년 시행령을 통해 실행에 옮겼다. 이에 따라 프랑스 내에서 수익을 창출하는 모든 유료 및 무료 동영상 서비스 사업자는 과세 대상이 되었으며, 이를 통해 프랑스 콘텐츠 산업에 대한 지원을 강화하고 있다.

결론적으로, 프랑스의 OTT 관련 정책은 유럽연합의 지침을 기반으로 하면서도 자국 콘텐츠 산업을 보호하고 진흥하기 위한 독자적인 조치를 추가적으로 도입하였다. 프랑스는 SVOD와 VOD 서비스 사업자들에게 콘텐츠 투자와 과세 의무를 부여함으로써, 글로벌 미디어 환경에서 자국 문화와 산업의 경쟁력을 유지하려는 노력을 지속하고 있다.

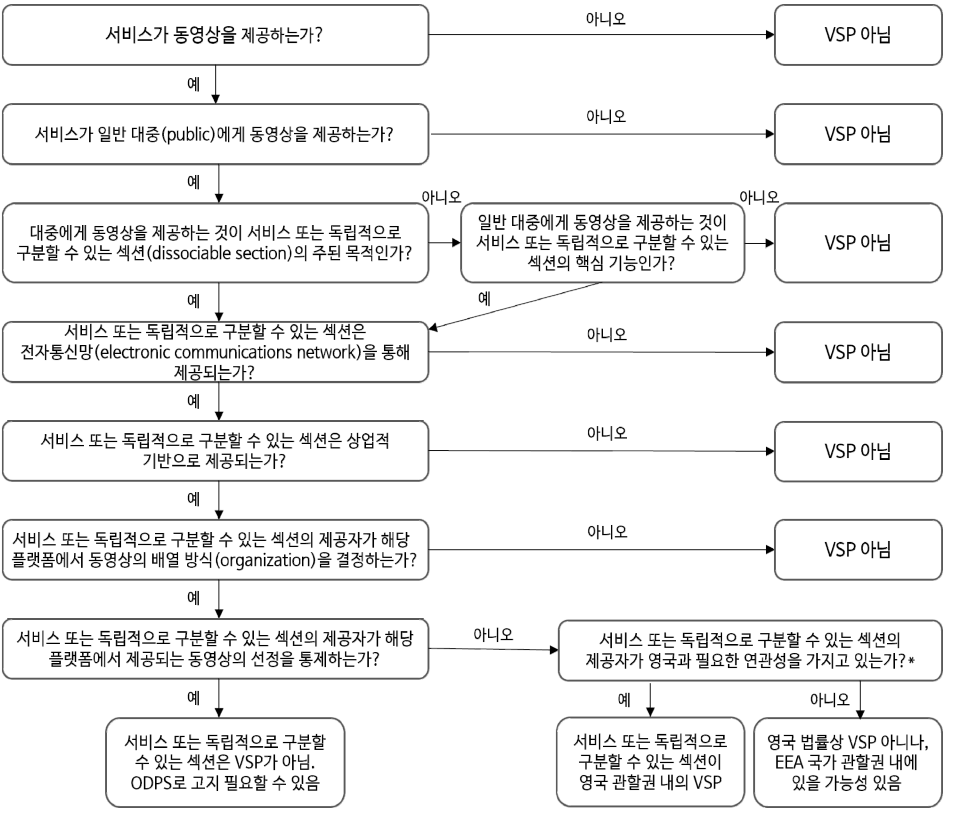
4. 영국

영국은 유럽연합의 AVMSD(Audiovisual Media Services Directive)를 수용하며 OTT 및 동영상 공유 플랫폼 서비스를 시청각미디어 법제 안으로 포함시키는 조치를 취했다. 2009년 개정된 커뮤니케이션 법에서 전통적 방송 서비스 외에 주문형 프로그램 서비스(ODPS, On-Demand Programme Service)라는 새로운 범주를 신설하여 VOD(주문형 비디오) 서비스를 오프컴(Ofcom)이 관리하는 시청각미디어 법제로 포섭했다. 이 개정을 통해 ODPS에 대해 TV 방송과 유사한 내용과 광고 심의 등의 규제 근거가 마련되었다.

이어 영국은 2020년 커뮤니케이션 법을 다시 개정하며 동영상공유플랫폼(VSP, Video Sharing Platforms)을 시청각미디어 법 내 범주로서 추가했다. 개정된 커뮤니케이션 법에서는 전자통신망을 사용해 동영상을 일반 대중에게 제공하는 상업적 서비스이면서 제공되는 동영상에 대한 통제권[64]을 가진 서비스를 VSP로 정의하고, 이들의 규제하기 위한 법적 근거를 마련했다. (구체적인 VSP 규정 가이드라인은 아래 〔그림 4-1〕 참고)

64) 오프컴은 "비디오 공유 플랫폼: 누가 오프콤에 고지가 필요한가? (Video-sharing platforms: who needs to notify to Ofcom?)" 가이드라인에서 VSP를 동영상 서비스 전반에 대한 통제권 또는 동영상이 배열되거나 조직되는 방식에 대해 전반적인 통제권을 가지는 서비스라고 규정하고 있다.

〔그림 4-1〕 VSP 기준 심사 절차



주: * 법적, 운영적, 또는 규제적 측면에서 영국과의 관련성을 의미
자료: 오프콤 〈비디오 공유 플랫폼: 누가 오프콤에 고지가 필요한가? (Video-sharing platforms: who needs to notify to Ofcom?) 가이드라인〉

2009년과 2020년 커뮤니케이션 법 개정을 통해 VOD 서비스와 동영상공유플랫폼 등 온라인 기반의 영상 콘텐츠 제공 서비스의 법적 지위를 마련한 영국은 2024년 OTT 이용의 급증에 따라 방송과 OTT 간 규제 형평성을 확보하고 공공서비스 방송(PSB, Public Service Broadcasting)로 대표되는 전통적 방송 미디어의 공공적 지위를 유지하기 위해 2024년 커뮤니케이션 법을 다시금 개정했다. 2024년 미디어 법(Moedia Act 2024)는 온라인 중심의 영상 콘텐츠 소비 증가에 대응해 PSB의 공공성을 유지하기 위한 조치들을 담고 있다. PSB 콘텐츠에 대한 시청자 접근성을 높이도록 하는 PSB 채널 포함 및 현저성 의무를 온라인

TV 플랫폼까지 확장했다. 정부가 지정한 온라인 TV 플랫폼(규제대상 텔레비전 서비스, Regulated Television Selection Service, RTSS)에서는 PSB 사업자의 온라인 서비스[65]가 접근이 용이하도록 하는 현저성을 부여해야 한다.

또, 새로운 미디어 법은 PSB의 공공서비스 책무를 개정하여, 독립 제작물 및 신규 창작물에 대한 의무 할당량 기준을 백분율이 아닌 편성 시간 기준으로 부과할 수 있게 했고, 프로그램 쿼터(의무 할당량)를 VOD 방식으로도 충족할 수 있게 했다. 이를 통해 PSB는 기존의 방송과 온라인 플랫폼에서 통합적으로 프로그램의 편성 의무를 실행할 수 있다. 또한, 방송에서 적용되던 오프컴의 심의기준을 VOD 서비스에도 도입하여, 콘텐츠 준수 기준을 마련하고 해외 기반 VOD 서비스도 심의 대상에 포함 시킬 수 있게 되었다.

영국의 OTT 관련 정책은 디지털 시대의 콘텐츠 소비 환경 변화에 맞춰 새로운 영상 콘텐츠 제공 플랫폼들을 기존의 커뮤니케이션 법에 포섭하며 규제 체계를 구축해 왔다. 새로운 규제는 공공서비스 방송과 OTT 플랫폼 간의 조화를 추구하며, 콘텐츠의 품질과 접근성을 동시에 보장하고자 한다. 이러한 접근은 글로벌 OTT 사업자와 국내 방송사 간의 공정 경쟁을 촉진하면서도, 영국 내 콘텐츠 제작 산업을 보호하고 강화하는 데 중점을 두고 있다.

제 3 절 신규 영상 콘텐츠 플랫폼에 적용 가능한 편성 개념 및 규제 제안

1. 시간적 배열의 의미 퇴색과 공간적 배열의 중요성 확대

비실시간(non-linear) 시청 방식이 보편화되면서 전통적인 시간 기반 편성의 개념은 점차 무의미해지고 있다. 과거에는 프로그램이 특정 시간에 편성되어야 시청자에게 노출되는 구조였으나, 이러한 방식은 현재의 콘텐츠 소비 환경에 적합하지 않다. 특히, 프로그램의 시간적 배열로 시청자 규모를 극대화하려는 전략은 더 이상 효과적이지 않다. 시청자가 원하는 시간에 원하는 콘텐츠를 선택하는 비선형적 시청 환경에서는 순차적 배열이 의

65) BBC Player(BBC), ITVX(ITV), AII4(채널4), Click(S4C), My5(채널5) 등의 PSB 어플리케이션

미를 잃고 있다(김남두 외, 2022).

계획된 시간 배열에 따라 흐르는 방송 프로그램과 우연적, 또는 의도적으로 마주치는 것인 선형적 시청이 아니라, 이용자가 원하는 시간과 공간에서 원하는 기기와 플랫폼에 카탈로그 형식으로 구성되어 있는 프로그램을 선택해서 시청하게 되는 비선형적 시청은 근본적으로 다르다. 프로그램이 이용자에게 노출되기 위해서는 우연적이거나 의도적인 선택의 과정이 필요한데, 선형적 시청 환경에서 선택이 시간의 선택이라면, 비선형적 시청 환경에서의 선택은 카탈로그 내의 위치의 배열에서 선택하게 되는 공간의 선택이다.

비실시간 프로그램 시청이 주를 이루는 상황에서 시간적 배열 대신 프로그램 노출의 공간적 위치가 중요한 전략적 요소로 부각되고 있다. 광고, 온라인 뉴스, 추천 시스템, 검색 엔진 등에서 콘텐츠나 링크가 제시되는 위치가 특정 콘텐츠가 선택되고 읽히는 데 중요한 역할을 수행한다는 연구들이 있다(Chen et al., 2023; Groot & Meijer, 2014; Loecherbach et al., 2021). 이런 연구들은 콘텐츠의 배치가 콘텐츠의 노출 정도와 밀접한 관계가 있다는 것을 보여준다. 선형적 시청 환경에서 시청자 확보와 매출 극대화를 위해 방송사가 시간대 기반의 편성을 전략적으로 했다면, 비선형적 시청 환경에서는 공간적 배치가 전략적으로 이루진다. OTT 플랫폼의 카탈로그 화면에서 프로그램이 차지하는 위치와 크기는 이용자의 선택에 큰 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 사용자의 시선 이동 패턴을 고려하여 콘텐츠들이 전략적으로 카탈로그 공간 속에 배치되어야 한다.

김남두 등의 연구(2022)가 제안한 바와 같이, 편성의 개념을 공간적 배열의 관점으로 확대하는 방안을 검토할 필요가 있다. 현재 방송법은 편성을 “방송되는 사항의 종류, 규격, 내용, 분량, 시각, 배열을 정하는 것”으로 규정하고 있지만, 여기에 “공간”의 개념을 추가하는 것이 필요할 수 있다. 이는 유럽연합과 영국의 OTT 정책에서도 확인할 수 있다. 예를 들어, 유럽 및 영국 내 제작 콘텐츠를 보호하기 위해 “카탈로그 내 현저성 보장”과 같은 조항에서는 공간적 배열의 중요성을 강조하고 있다. 따라서 산업 보호와 방송의 공익성을 추구하기 위해, 특정 프로그램의 편성을 시간적 요소뿐만 아니라 공간적 요소를 기반으로 규제할 수 있는 방법을 검토해야 할 시점이다.

2. 지속 가능한 규제 목표와 규제 실천 방식의 변화

편성 규제의 주요 목표인 다양성 확보와 영상 산업 진흥은 새로운 시청 환경에서도 유효하다. 예를 들어, 유럽연합의 사례에서 볼 수 있듯이, VOD 카탈로그 내 유럽 작품에 대한 쿼터제를 도입해 지역 콘텐츠의 가시성을 보장하고 있다. 이와 유사하게, 국내 OTT 플랫폼에서도 국내 제작물에 대한 의무 배열 쿼터제를 도입해 국내 콘텐츠의 노출을 확대할 수 있다. 이를 통해 다양한 프로그램을 제공하고, 국내 콘텐츠 산업을 지원할 수 있는 기반을 마련해야 한다.

OTT 플랫폼은 전체 방송 시간이 고정되어 있지 않기 때문에, 전통적인 시간 비율 기반의 규제는 더 이상 유효하지 않다. 대신, 절대적인 시간 기준으로 편성 의무를 규정하거나, 프로그램 편수 기준을 설정하는 방식이 고려될 수 있다. 예를 들어, 2024년 영국의 개정된 미디어 법은 기존의 편성 비율 대신, 편성된 절대적인 시간량을 기준으로 새로운 규제 체계를 마련하고 있다. 또한, 이 규제는 실시간 방송뿐만 아니라 OTT와 같은 온라인 플랫폼에서 제공되는 콘텐츠의 편성 시간도 포함한다(김남두, 2024). 이러한 접근 방식은 OTT 플랫폼의 특성을 반영하여, 규제가 실질적으로 적용될 수 있도록 하는 중요한 전환점을 마련한다.

시청자의 프로그램 접근성을 보장하기 위한 새로운 기준이 필요하다. 인터넷 광고에서 사용되는 노출률(CPM)이나 클릭률(CTR) 등의 지표를 활용해 프로그램의 가시성을 평가하고, 이에 기반한 규제 체계를 마련할 수 있다. 이를 통해 다양한 프로그램이 시청자에게 공정하게 노출될 수 있는 환경을 조성할 수 있다. 이러한 방식은 단순히 콘텐츠의 수량을 규제하는 것을 넘어, 실제 소비로 이어지는 노출과 선택의 과정을 관리하는 데 중점을 둔다.

편성규제와 추천 알고리즘에 대한 규제가 함께 병행될 필요가 있다. OTT 플랫폼에서 추천 알고리즘은 시청자의 선호도를 기반으로 콘텐츠를 제안하는 중요한 도구로, 이용자에게 어떤 콘텐츠가 노출될지 결정하고, 이를 통해 이용자의 선택을 유도한다. 개인화된 콘텐츠 제공을 통해 사용자 맞춤형 경험을 제공하는 추천 알고리즘은 시청자의 선택을 보조하지만, 이로 인해 특정 프로그램에 집중되거나 콘텐츠의 다양성이 저해될 가능성이 있다. 따라서 규제 당국은 추천 알고리즘의 투명성과 공정성을 보장하기 위한 가이드

라인을 마련할 필요가 있다. 이를 통해 시청자에게 다양한 콘텐츠를 공평하게 노출시키고, 공익적 가치를 유지할 수 있도록 알고리즘 규제와 편성규제를 동시에 논의할 필요가 있다.

3. 정책 성과 평가 기준 마련과 측정

OTT 플랫폼과 같은 신규 영상 콘텐츠 플랫폼에서의 규제 적용은 그 효과와 성과를 측정하는 것이 중요하다. 규제 정책이 실제로 어떤 변화를 이끌어냈는지, 콘텐츠 이용자에게 더 나은 콘텐츠 접근성을 제공했는지, 그리고 산업 전반에 긍정적인 영향을 미쳤는지 평가해야 한다. 이러한 정책 성과 평가를 위해서는 평가의 명확한 기준을 마련하고, 이를 측정할 수 있는 체계를 구축하는 것이 필요하다.

첫째, 평가 기준은 다양성의 제공과 공익성 측면에서 설정되고 이들이 이용자 데이터를 통해 평가되어야 한다. 예를 들어, 이용자에게 제공되는 콘텐츠의 장르, 제작 국가, 지역, 제작주체 등 다양한 요소들이 고르게 편성되고 있는지 등을 평가한다고 하면, 어떤 콘텐츠가 일정 비율 이상 어떤 위치에 얼마나 노출되고 있는지를 측정할 수 있어야 한다. 각 콘텐츠의 노출 확률이나 현저성, 실제로 얼마나 클릭되고 있는지 등을 측정할 수 있어야 그를 바탕으로 다양성과 공익성을 평가할 수 있다.

둘째, 콘텐츠의 실제 소비와 시청 패턴을 반영한 평가 방안이 필요하다. 단순히 프로그램이 편성된 시간이나 비율을 기준으로 평가하기보다는, 시청자의 실제 선택과 노출 데이터를 기반으로 성과를 측정해야 한다. 예를 들어, OTT 플랫폼에서는 클릭률(CTR), 시청률, 재생 시간 등을 활용해 특정 프로그램이나 카테고리의 인기도와 소비 패턴을 파악할 수 있다. 이를 통해 프로그램의 노출 빈도뿐만 아니라, 실제 시청자들의 관심을 끌고 있는 콘텐츠를 평가할 수 있다.

셋째, 정책의 지속 가능한 개선을 위해서는 성과 평가가 주기적으로 이루어져야 한다. 일정 기간마다 정책의 효과를 재평가하고, 필요한 경우 규제 기준을 수정하거나 보완할 수 있는 시스템을 마련해야 한다. 예를 들어, OTT 플랫폼의 발전과 기술 변화에 맞춰 규제 체계가 유연하게 조정될 수 있도록, 성과 평가를 통해 그 변화에 적응할 수 있는 기준을 설정해야 한다. 또한, 규제의 실효성을 검토하기 위해 다양한 이해관계자들—정부, 방

송사, 콘텐츠 제작자, 그리고 소비자 등—의 의견을 반영한 다각적인 평가가 이루어져야 한다.

마지막으로, 정책 성과의 평가와 측정은 규제의 투명성과 신뢰성을 확보하는 데 중요한 역할을 한다. 성과 평가 기준이 명확하고 측정 가능한 지표로 설정되면, 규제 기관은 정책의 실효성을 객관적으로 판단할 수 있고, 이에 따른 규제 방향을 보다 합리적으로 조정할 수 있다. 이는 정책이 제대로 실행되고 있는지, 그리고 시청자와 산업에 긍정적인 영향을 미치는지 확인하는 중요한 과정이 될 것이다.

제5장 결 론

본 연구는 미디어 융복합 시대의 변화된 환경 속에서 기존 편성 규제의 실효성과 적합성을 평가하며, OTT와 같은 신규 영상 콘텐츠 플랫폼에 적용 가능한 새로운 정책 방향을 모색하는 것을 목적으로 했다. 방송사업자의 편성 실적 데이터를 분석하여 현행 규제의 준수 실태를 파악하고, 주요 규제 항목의 효과와 한계를 도출하고자 했다. 연구는 오락 프로그램 편성 비율 제한, 순수 외주제작 프로그램 의무 편성 비율, 국내 제작 애니메이션 신규 편성 규제 등 다양한 항목에 대해 규제의 목표와 성과를 면밀히 평가했다. 이 과정에서 연구반의 전문가와의 논의와 미디어 산업 데이터를 활용해 현행 규제 체계가 변화된 미디어 환경에 충분히 대응하지 못하고 있는 문제를 확인하였다.

연구 결과, 새로운 편성 규제 방향성을 제시하며 세 가지 주요 지향점을 강조했다. 첫째, 공급 중심에서 소비 중심으로 전환된 새로운 다양성 개념의 도입 필요성을 지적하였다. 과거의 규제가 콘텐츠의 양적 다양성을 확보하는 데 중점을 두었다면, 현재는 질적 다양성, 즉 콘텐츠의 내용과 관점, 시청자 경험을 포괄하는 새로운 기준이 요구된다. 이는 미디어가 사회적 통합과 문화적 보존에 기여할 수 있도록 하는 중요한 방향성을 제공하며, 현대의 콘텐츠 소비 환경에 부합할 수 있을 것이다.

둘째, 산업정책적 목표의 재검토를 제안하였다. 외주제작사와 애니메이션을 비롯한 국내 방송 영상 산업의 육성을 목표로 했던 기존 규제가 미디어와 산업의 급격한 변화로 인해 현재의 산업 환경과 부합하지 않는 경우가 있음을 지적했다. 규제는 보호와 육성의 틀을 넘어 경쟁력을 강화하고 지속 가능한 발전을 도모하는 지원 중심의 접근으로 전환되어야 한다. 이는 규제 준수의 행정적 부담을 완화하고, 창의성과 자율성을 촉진하는 방향으로 정책을 설계할 필요가 있음을 시사한다.

셋째, 이용자 보호를 새로운 규제의 핵심 목표로 설정할 필요가 있음을 강조했다. 변화된 미디어 환경에서 시청자가 공익적이고 균형 잡힌 콘텐츠에 접근할 수 있는 권리를 보장하는 것이 필수적이다. 이를 위해 추천 알고리즘의 투명성과 공정성을 확보하고, 취약

계층을 위한 보호 장치를 강화하며, 다양한 사회적 목소리를 반영한 콘텐츠 유통이 가능하도록 정책적 지원을 확대할 것을 제안했다. 통합 미디어 법 등으로 방송법 및 관련 법령의 체계의 변화가 이루어지면, 알고리즘의 규제와 편성 규제는 함께 논의되어야 할 것이다. 그때를 대비해 편성 규제에 이용자 보호의 목표를 포섭하고, 편성 개념의 확장하는 논의가 이루어져 한다. 이러한 접근은 시청자 중심의 공정하고 포용적인 미디어 환경을 구축하는 데 기여할 것이다.

연구는 또한 시간 중심 편성의 한계를 극복하고 공간적 배열의 중요성을 강조하는 새로운 편성 개념을 제안하였다. 이 개념은 OTT와 같은 비선형적 플랫폼에서도 유효한 규제 체계를 형성할 수 있는 가능성을 열어준다. 나아가 정책 성과를 평가하고 검증할 수 있는 명확한 기준과 체계를 마련하여 규제의 실효성을 지속적으로 확인하는 것이 중요함을 강조했다.

이 연구에서 제안된 개선 방안과 정책 방향은 미디어 산업의 지속 가능한 발전을 지원하고, 변화하는 시청자 요구를 충족시키기 위한 규제 도입의 기틀을 마련할 것으로 기대된다. 이 연구는 공정하고 포용적인 미디어 환경 구축과 방송 영상 산업의 경쟁력 강화를 위한 논의의 시작점이 될 것이다.

참 고 문 헌

〔국내 문헌〕

김남두 (2024). 〈〔초점〕 영국의 「미디어 법 2024」에 따른 방송・OTT 규제 변화〉. KISDI Perspectives October no.2, 1-10.

김남두・이종원・황현정・노은정 (2022). 〈OTT 서비스에 대한 편성 및 콘텐츠 정책 연구〉. 방통융합정책연구 KCC-2022-26. 정보통신정책연구원.

김유정 (2014). 〈뉴미디어 방송 편성〉. 커뮤니케이션북스.

김정태 (2016). 〈디지털 시대 방송법 해설〉. 서울: 커뮤니케이션북스

고민수(2011). 방송편성 규정의 법적 성격과 한계에 관한 헌법학적 연구. 〈방송과 커뮤니케이션〉, 12권 1호, 5-39.

고정민・김영재 (2010). 애니메이션 총량제의 문제점 및 개선 방안. 〈한국콘텐츠학회논문지〉, 10권 1호, 256-266

배진아 (2020). 미디어 환경변화에 따른 편성 규제 원칙의 재정립. 〈방송문화〉, 422, 35-53.

성욱제・정은진・김남두・이미라 (2015). 〈미디어 다양성 지표의 시범적용 분석〉. 방통융합정책연구 KCC-2015-36. 정보통신정책연구원

성욱제 (2022). 〈방송법 내 다양성 정책의 실효성 분석 및 개선방안 연구〉. 기본연구 22-03. 정보통신정책연구원

안정민 (2010). 지역민방 편성규제정책의 쟁점 및 개선방안. 〈경제규제와 법〉, 3월 2호, 266-278.

오형일・정영주・홍종윤 (2019). 한국 외주제작 정책과 현장의 간극에 대한 심층적 탐색. 〈언론정보연구〉, 56권 4호, 313-365.

이홍우・장하용 (2020). 한국 방송외주정책의 결정모델과 정책적 보완에 관한 연구. 〈사회과학연구〉, 27권 4호, 99-126.

이재호 (2014. 4) OTT 서비스 동향과 의의, 〈방송과 기술〉, 220호, 148-151

주성희・이주영 (2016). 〈국내 제작 방송프로그램 인정기준 개선 방안 연구〉. 방통융합 정책연구 KCC-2016-33. 정보통신정책연구원.

한국콘텐츠진흥원 (2023). 〈2023 애니메이션 산업백서〉.

_____ (2023). 〈2022 방송영상 산업백서〉.

정보통신정책연구원 (2020). 〈2020년 방송산업실태조사〉.

_____ (2021). 〈2021년 방송매체 이용행태조사〉.

_____ (2022). 〈2022년 방송매체 이용행태조사〉.

_____ (2022). 〈2022년 방송산업실태조사〉.

_____ (2023). 〈2023년 방송매체 이용행태조사〉.

_____ (2023). 〈2023년 방송산업실태조사〉.

_____ (2023). 〈2023년 방송시장 경쟁상황 평가〉.

_____ (2024). 〈2024년 방송산업실태조사〉.

정지영・유세경. (2015). 적소이론의 관점에서 본 종합편성채널의 편성행위에 관한 연구. 〈한국방송학보〉, 29(4), 357-390.

정영주 (2010). 융합시대 수용자 복지 구성 가치와 정책 참여자의 상대적 중요도 인식 연구, 한국언론학보 제54권 5호, 423-450.

정영주・황현정 2024). 편성 규제 정책의 패러다임 전환을 위한 시론적 논의 : 편성 규제 개정 경과와 위반 현황을 중심으로. 〈언론정보연구〉, 61권 3호, 5-60.

최진웅 (2015). 〈온라인동영상서비스(OTT)의 쟁점과 개선 과제〉. 현안보고서 vol.287. 서울: 국회입법조사처

한진만 (2013). 〈방송 편성 전략〉. 커뮤니케이션 북스.

홍원식 (2020). 방송편성규제의 경로의존성 비판과 개선방향 : 편성비율규제를 중심으로. 〈한국엔터테인먼트산업학회논문지〉, 14(6), 1-11, 10.21184/jkeia.2020.8.14.6.1

황성기 (2011). 방송프로그램 편성규제정책에 대한 접근방법 및 방향성에 관한 연구. 〈홍익법학〉, 12권 1호, 153-186.

황성기 (2017). OTT 서비스 규제기준에 관한 연구 – 내용적 규제를 중심으로. 〈법학논총〉, 34권 1호, 1-25.

황현정・노은정・송민선 (2023). 〈편성규제의 영향 분석 및 규제 합리화 방안 연구〉. 방통융합정책연구 KCC-2023-26

〔해외 문헌〕

BEREC (2016). BEREC report on OTT service. BoR (16) 35.

Chen, J., Dong, H., Wang, X., Feng, F., Wang, M., & He, X. (2023). Bias and debias in recommender system: A survey and future directions. ACM Transactions on Information Systems, 41(3), 1-39.

Eastman, S., & Ferguson, D. (2002). Broadcast/cable/web programming strategies and practices (6th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.

European Audiovisual Observatory(2024). Revised AVMSD Tracking Table. Retrived: https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/avmsd-tracking

European Commission(2011). Revised Guidelines for Monitoring the Application of Articles16 and 17 of the Audiovisual Media Services (AVMS) Directive.

Groot Kormelink, T., & Costera Meijer, I. (2014). Tailor-made news: Meeting the demands of news users on mobile and social media. Journalism Studies, 15(5), 632-641.

Loecherbach, F., Welbers, K., Moeller, J., Trilling, D., & Van Atteveldt, W. (2021, June). Is this a click towards diversity? Explaining when and why news users make diverse choices. In Proceedings of the 13th ACM Web Science Conference 2021 (pp. 282-290).

Netflix. (204, April 12). Streaming revenues of Netflix in South Korea from 2019 to 2023 (in billion South Korean won) 〔Graph〕. In Statista. Retrieved January 14, 2025, from https://www.statista.com/statistics/612283/netflix-streaming-revenues-korea/

Ofcom (2021). Video-sharing platforms: who needs to notify to Ofcom? Guidance notes.

Statista. (2024a, November 12). Number of users of OTT video worldwide from 2020 to 2029 (in millions) [Graph]. In Statista. Retrieved January 14, 2025, from https://www.statista.com/forecasts/1207843/ott-video-users-worldwide

Statista. (2024b, November 12). Penetration rate of the OTT video market worldwide from 2019 to 2029 [Graph]. In Statista. Retrieved January 14, 2025, from https://www.statista.com/forecasts/1207877/ott-video-penetration-rate-worldwide

Statista. (2024c). TV & Video - Worldwide. Retreived January 14, 2025, from https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/worldwide

Wildman, S. S(2007). Indexing Diversity, in Napoli, P.M, Media Diveristy and localism: Meaning and metrics, Laurence Erlbaum, London.

Waldman, S., & the Working Group on Information Needs of Communities. (2011). The information needs of communities: The changing media landscape in a broadband age. Federal Communications Commission.

● 저 자 소 개 ●

황 현 정

·서울대 언론정보학 박사
·현 정보통신정책연구원 부연구위원

노 은 정

·성균관대 법학 석사
·현 정보통신정책연구원 부연구위원

김 호 정

·연세대 경제학 석사
·현 정보통신정책연구원 부연구위원

방송통신융합 정책연구 KCC-2024-35

미디어 융복합 시대의 편성규제 정책의 지향점 연구

2024년 12월 일 인쇄
2024년 12월 일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장
발행처 방송통신위원회
경기도 과천시 관문로 47
정부과천청사 2동
TEL: 02-2110-1323
Homepage: www.kcc.go.kr
인 쇄 경성문화사